



**PENGARUH PERSEPSI TENTANG KESESUAIAN DAN  
RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH DALAM  
MENGUNAKAN BSI *MOBILE* PADA BANK SYARIAH  
INDONESIA KANTOR CABANG TANGERANG BINTARO**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi Strata Satu (S1)  
Program Studi Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

Nama : **SEPTIANA ADAWIAH**

NPM : **2018570041**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
1444 H/2022 M**

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul: **Pengaruh Persepsi Kesesuaian, dan Risiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro)**. Disusun oleh **Septiana Adawiah**, Nomor Pokok Mahasiswa : **2018570041**. Telah diujikan pada hari/tanggal : 04 Agustus 2022 telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah.

### FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Dr. Sopa, M.Ag

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Dr. Sopa, M.Ag.</u> Ketua	 .....	<u>31-8-2022</u> .....
<u>Dr. Suharsiwi, M.Pd</u> Pembimbing	 .....	<u>29-08-22</u> .....
<u>Moh. Khoirul Anam, SE, M.Ak</u> Dosen Pembimbing	 .....	<u>24-8-22</u> .....
<u>Drs. Fakhrurazi, M.A</u> Anggota Penguji 1	 .....	<u>24-8-22.</u> .....
<u>Fatma Nurmulia, M.Pd</u> Anggota Penguji 2	 .....	<u>20-08-22.</u> .....

## LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama :Septiana Adawiah  
NPM :2018570041  
Program Studi :Perbankan Syariah  
Fakultas :Fakultas Agama Islam  
Judul Skripsi :Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

Jakarta, 07 Ramadhan 1443 H

08 April 2022 M

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in blue ink is written over a 10,000 Indonesian postage stamp. The stamp is yellow and red, featuring the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', 'TEL 20', 'METERAI TEMPEL', and 'CG61FAJX280626955'.

Septiana Adawiah

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Tentang Kesesuaian dan Risiko terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BSI *Mobile* Pada Kantor Cabang Tangerang Bintaro”** yang disusun oleh **Septiana Adawiah**, Nomor **Pokok Mahasiswa : 2018570041** Program Studi Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 07 Ramadhan 1443 H

08 April 2022 M

Pembimbing



Moh. Khairul Anam, S.E, M.Ak

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**  
Program Studi Perbankan Syariah  
Skripsi, 08 April 2022  
**Septiana Adawiah**  
2018570041

Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko terhadap minat Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda, koefisien determinasi ( $R^2$ ), untuk uji hipotesis parsial menggunakan uji T, dan uji hipotesis bersama menggunakan uji F (simultan). Dengan variabel independen X yaitu (X1) Persepsi Kesesuaian dan (X2) Persepsi Risiko. Sedangkan variabel Dependen Y yaitu Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen (X1), (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen nilai signifikan sebesar 0,000. Diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,250 dan nilai  $F_{tabel}$  3,09, sehingga nilai  $F_{hitung}$  (17,250) >  $F_{tabel}$  (3,09) dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Persepsi tentang kesesuaian secara parsial mempunyai hubungan dan berpengaruh kepada minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*, dengan nilai  $t_{hitung}$  (3,224) >  $t_{tabel}$  (1,98847) dan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Persepsi tentang risiko secara parsial mempunyai hubungan dan berpengaruh kepada minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*, dengan nilai  $t_{hitung}$  (3,361) >  $t_{tabel}$  (1,98847) dan nilai signifikan sebesar 0,002 < 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.

Kata Kunci : Persepsi Kesesuaian, Risiko dan Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Puji Syukur kehadiran Allah SWT semesta alam, shalawat dan salam semoga tercurah pada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabatnya. Atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya sampai saat ini, sehingga penulis diberi kemampuan untuk berfikir dan menyelesaikan proposal penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk dapat mengikuti Seminar Proposal Penelitian, dengan judul **“PENGARUH TENTANG PERSEPSI KESESUAIAN DAN RISIKO TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE PADA BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG TANGERANG BINTARO”**

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari bahwa ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan syukur dan terimakasih yang tulus mendalam kepada:

1. Dr. Ma'mun Murod, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Dr. Sopa, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dina Febriani, S.E., MM, selaku kepala prodi Perbankan Syari'ah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta.

4. M. Khairul Anam, S.E, M.Ak selaku Dosen Pembimbing skripsi pada penelitian ini dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk yang sangat bermanfaat dan meluangkan waktunya hingga terselesaikannya proposal penelitian ini.
5. Bapak/Ibu dosen Jurusan Perbankan Syariah Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan.
6. Terimakasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Kasep Kurniawan dan Ibunda Yati octavia yang selama ini telah mendidik saya dengan penuh kasih sayang tiada hentinya sampai sekarang, tanpa lelah bekerja dan terus berdo'a demi keberhasilan anak-anaknya serta tak pernah berhentinya memberikan semangat dan nasihat baik moral maupun materi kepada saya sejak saya mengenyam dunia pendidikan hingga saat ini.
7. Untuk saudara kandung saya sekaligus adik terbaik Kahpi Pahlepi, saya ucapkan terimakasih karena terus memberi semangat kepada saya.
8. Terimakasih kepada keluarga Perbankan Syariah B 2018 atas kerjasama selama kuliah dalam menyelesaikan penelitian ini.
9. Teman-teman seperjuangan skripsi yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan proposal ini dengan tepat waktu.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

Penulis percaya bahwa budi baik yang mendorong serta kerjasama yang telah penulis terima dari Bapak/Ibu/Saudara/I pasti akan mendapat balasan yang

setimpal dari Allah Swt. Akhirnya penulis berharap semoga tulisan ini memiliki banyak manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Jakarta, 07 Ramadhan 1443 H

08 April 2022 M

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Septiana Adawiah', with a stylized flourish at the end.

Septiana Adawiah

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRPSI .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS) .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian .....	9
G. Sistematika Penulisan .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS.....</b>	<b>11</b>
A. Landasan Teoritis .....	11
1. Persepsi .....	11
a. Pengertian Persepsi .....	11
b. Proses terjadinya Persepsi .....	13

c. Faktor yang mempengaruhi Persepsi .....	13
2. Kesesuaian.....	15
a. Pengertian.....	15
b. Indikator Kesesuaian .....	16
3. Risiko .....	16
a. Pengertian Risiko .....	16
b. Indikator Risiko.....	18
c. Risiko Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	18
4. Minat .....	20
a. Pengertian Minat .....	20
b. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat .....	21
c. Indikator Minat.....	22
5. Nasabah .....	22
a. Pengertian Nasabah .....	22
b. Cara Pembentukan Minat Nasabah .....	24
6. <i>Mobile Banking</i> .....	25
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i> .....	25
b. Sejarah <i>Mobile Banking</i> .....	29
c. Cara Kerja <i>Mobile Banking</i> .....	30
d. Kelebihan <i>Mobile Banking</i> .....	31
e. Kekurangan <i>Mobile Banking</i> .....	31
f. Fitur Layanan BSI <i>Mobile</i> .....	32
g. Cara pembukaan Rekening BSI <i>Mobile</i> .....	32

B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	33
C. Kerangka Berpikir .....	46
D. Perumusan Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
A. Tujuan Penelitian .....	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
C. Metode Penelitian.....	49
D. Variabel Penelitian .....	50
E. Populasi dan Sample Penelitian .....	50
F. Teknik Pengumpulan Data .....	52
G. Instrumen Penelitian.....	53
H. Teknik Analisis Data.....	56
I. Hipotesis Statistik .....	65
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>70</b>
A. Deskripsi Data.....	70
1. Sejarah Bank Syariah Indonesia.....	71
2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia.....	72
3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia .....	73
4. Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia .....	83
B. Deskripsi Data Responden .....	89
C. Uji Persyaratan Analisis .....	89
1. Pengujian Analisis Data .....	89
a. Hasil Uji Validitas.....	92

b. Hasil uji Reliabilitas .....	93
2. Uji Asumsi Klasik .....	93
a. Hasil Uji Normalitas .....	94
b. Hasil Uji Multikolinieritas .....	95
c. Hasil Uji Autokorelasi.....	96
d. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	98
D. Pengujian Hipotesis.....	98
1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	99
2. Hasil Uji T (parsial) .....	101
3. Hasil Uji F (simultan) .....	102
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	103
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	103
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Hasil Penelitian Yang Relevan.....	38
<b>Tabel 3.2</b> Instrumen Penelitian.....	53
<b>Tabel 4.1</b> Stuktur Organisasi BSI KC Tangerang.....	72
<b>Tabel 4.2</b> Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
<b>Tabel 4.3</b> Responden Berdasarkan Usia.....	84
<b>Tabel 4.4</b> Responden Berdasarkan Penggunaan BSI Mobile.....	86
<b>Tabel 4.5</b> Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	87
<b>Tabel 4.6</b> Responden Berdasarkan Pendidikan .....	88
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kesesuaian.....	89
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko .....	90
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile .....	91
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	93
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	95
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Autokorelasi.....	96
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	97
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	98
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T .....	100
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji F .....	101
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	102

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2).....	2
<b>Gambar 1.2</b> Alasan Seseorang Menggunakan Internet .....	3
<b>Gambar 2.2</b> Kerangka Berfikir .....	46
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Uji Normalitas .....	94

## **DAFTAR LAMPIRAN**

**Lampiran 1** Surat Bimbingan Skripsi

**Lampiran 2** Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi

**Lampiran 3** Surat Permohonan Riset

**Lampiran 4** Surat Keterangan Penelitian

**Lampiran 5** Instrumen Penelitian

**Lampiran 6** Hasil Perhitungan Uji Coba Instrument

**Lampiran 7** Data Hasil Pengujian Persyaratan

**Lampiran 8** Data Hasil Pengujian Hipotesis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini peran internet semakin penting dalam kehidupan sosial, ekonomi, dan politik di dunia global. Setiap tahun internet semakin dalam mempengaruhi kehidupan umat manusia. Tak dapat disangkal teknologi ini telah merubah peradaban dunia dengan cepat. Kecendrungan internet telah bergerak menjadi kebutuhan pokok bagi tiap orang. Nyaris semua kebutuhan seseorang dapat dipenuhi melalui internet sehingga pengeluaran untuk dapat terus mengakses internet cenderung semakin besar.

Perbankan merupakan salah satu perusahaan yang mengadopsi teknologi informasi terbesar diantara perusahaan lainnya baik efisiensi manajemen internal ataupun untuk kepentingan nasabah. Hal tersebut membuat industri perbankan dituntut untuk dapat menerapkan teknologi informasi dalam setiap poduknya, yang saat ini lebih dikenal dengan istilah *Mobile Banking* (M-Banking).<sup>1</sup>

Untuk dapat maju dan berkembang dengan pesat masing-masing industri perbankan harus memiliki keunggulan antara lain dengan mengadopsi fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan dengan tujuan agar menjadi

---

<sup>1</sup> Muhammad Yusuf S.Barusman, “Pemanfaatan E-Banking Dalam Industri Perbankan dari Strusture-Conduct-Performance Paradigm di Indonesia”, Dalam *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.1, No.1, 2010, h 3-4

semakin banyak konsumen (nasabah) yang tertarik untuk menggunakan jasa perusahaan. Layanan yang baik akan membentuk sikap positif nasabah terhadap jasa perbankan yang bersangkutan.

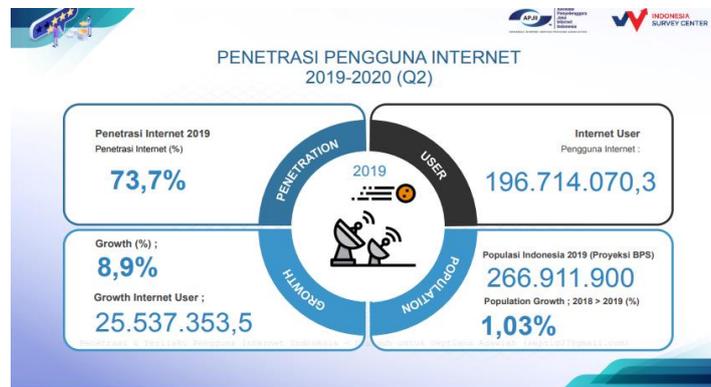
Mobile banking merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* bertujuan meningkatkan pelayanan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* antara lain untuk mengirim uang (*transfer*) antar rekening bank, untuk membayar tagihan telepon rumah, listrik, angsuran kredit rumah, mobil, motor, atau pinjaman apapun setiap bulan atau asuransi jiwa, asuransi mobil, dan transaksi non-finansial lainnya.<sup>2</sup>

Sebagai salah satu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan, PT Bank Syariah Indonesia menyediakan fasilitas *mobile banking* untuk nasabahnya yang dimana melatarbelakangi adanya fasilitas ini. PT Bank Syariah Indonesia ingin memberikan fasilitas yang mudah dalam melakukan transaksi, memberikan pelayanan yang terbaik, dan layanan *mobile banking* dapat mengurangi biaya transaksi di dalam bank tersebut.

---

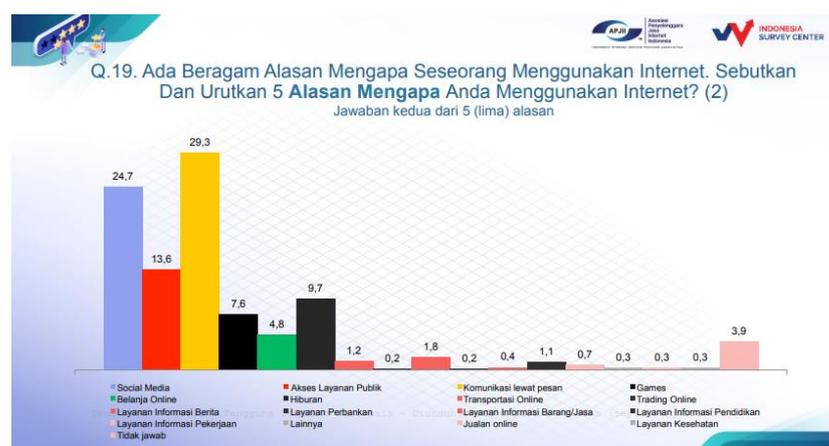
<sup>2</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 193.

**Gambar 1.1** Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2)



Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020, jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 % juta atau 8,9% dibandingkan pada tahun 2018 sebesar 27,9 juta.<sup>3</sup> Menunjukkan bahwa ada peningkatan terhadap pengguna internet yang ada di Indonesia pada tahun 2019-2020 dengan jumlah pengguna 196,7 juta setengah dari jumlah populasi yaitu 266,9 juta.

**Gambar 1.2** Alasan Seseorang Menggunakan Internet



<sup>3</sup> Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. *Survei APJII*. tersedia di : [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id) [12 Juni 2021]

Hasil dari survey APJII menunjukkan 5 alasan mengapa seseorang menggunakan internet, dapat kita lihat 5 alasan seseorang menggunakan internet yaitu Komunikasi Lewat Pesan 29,3 %, Social Media 24,7%, Akses layanan Publik 13,6%, Layanan Perbankan 9,7%. Layanan perbankan menunjukkan berada di posisi ke 5 dari 5 alasan teratas artinya layanan perbankan masih jauh presentase dari social media yang menunjukkan urutan ke 2.<sup>4</sup>

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil data atau survey yang ada dari jumlah pengguna internet tahun 2019-2020 dengan jumlah presentasi alasan seseorang menggunakan internet, seharusnya seimbang dengan adanya inovasi produk yang diluncurkan oleh BSI yaitu BSI *Mobile*. PT Bank Syariah Indonesia yang diresmikan pada tanggal 1 Februari 2021 atas merger 3 Bank Umum Syariah yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), Bank Syariah Mandiri (BSM). Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk

---

<sup>4</sup> *Ibid*

<sup>5</sup> Ismail, *Perbankan Syari'ah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h.193.

melahirkan bank syariah yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional dan menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal dan memberikan kebaikan.

Nasabah memilih menggunakan layanan *mobile banking* karena dapat diakses dengan mudah tanpa perlu ke bank atau ATM dalam melakukan transaksi dengan mempersingkat waktu, namun dengan adanya manfaat dalam menggunakan *mobile banking* pada kenyataannya tidak selalu berjalan lurus dengan antusias (minat) konsumen (nasabah) untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Minat untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini *mobile banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*, masih banyak yang belum mengetahui untuk pembukaan rekening melalui online di aplikasi BSI *mobile* yang dimana kehadiran inovasi tersebut memiliki perbedaan dari sebelum di merger, pelayanan yang terdapat di BSI *mobile* belum sesuai bagi pengguna 3 bank syariah sebelum di merger karena masih dalam taraf perbaikan system layanannya.

Sementara itu, pertimbangan lain untuk konsumen atau nasabah dalam menggunakan sebuah produk yang baru adanya risiko yang diperoleh. Risiko yang muncul masih banyak masyarakat yang meragukan keamanan BSI *mobile*, dalam melakukan transaksi yang dimana terdapat hambatan terhadap jaringan yang mengakibatkan nasabah meragukan produk baru ini yang mengakibatkan nasabah kesulitan dalam mengakses, yang

berawal tujuan menggunakan BSI *mobile* secara efisien dan efektif serta tidak berjalan lurus.

Penelitian ini memasukkan persepsi yang dapat mewakili nasabah sebagai alasan mengapa nasabah memiliki minat atau kurang memiliki minat terhadap penerimaan suatu teknologi baru, persepsi tersebut adalah persepsi kesesuaian dan persepsi risiko.<sup>6</sup>

Bagi sebagian nasabah bank, kesesuaian adalah sejauh mana para nasabah mendapat nilai, kebutuhan yang disenangi nasabah dan untuk meningkatkan calon nasabah baru. Kesesuaian sendiri merupakan hal yang mendasarkan nasabah untuk mempengaruhi perilaku nasabah selanjutnya untuk menggunakan *Mobile banking* dari bank yang menawarkan produk tersebut. Sikap penggunaan teknologi yang didasari oleh kesesuaian maka nasabah akan menggunakan layanan tersebut sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *Mobile banking* atau tidak, berkesinambungan dengan adanya BSI Mobile yang diluncurkan oleh PT Bank Syariah Indonesia.<sup>7</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko Terhadap Minat Nasabah dalam**

---

<sup>6</sup> Giga B Laksana, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Administrasi (JAB) Vol. 26 No. 2 September 2015, h. 2.

<sup>7</sup> Muhammad Ilham. *Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah*, (Surabaya : STIE Perbanas, 2018), h. 2.

## **Menggunakan BSI *Mobile* Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.”**

### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dituliskan di atas, dapat diidentifikasi masalah-masalah untuk dijadikan bahan penelitian sebagai berikut :

1. Diduga minimnya sosialisasi terhadap masyarakat tentang transaksi melalui BSI *Mobile*.
2. Diduga masih terdapat nasabah yang kesulitan dalam mengoperasikan BSI *Mobile*.
3. Diduga masih terdapat kendala yang dialami nasabah pada saat transaksi
4. Diduga jaringan internet yang kurang stabil salah satu kendala ketika menggunakan BSI *Mobile*.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang dituliskan, dan mengingat keterbatasan waktu yang begitu luas cakupan masalah yang harus dipecahkan, maka peneliti hanya membatasi pada masalah Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka dapat dirumuskan pokok rumusan masalah

1. Apakah persepsi tentang kesesuaian berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro?
2. Apakah persepsi tentang risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro?
3. Apakah persepsi tentang kesesuaian dan risiko berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile banking* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berangkat dari permasalahan yang telah dilakukan di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang kesesuaian dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro.

## **F. Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Dapat memberikan wawasan dan ilmu tambahan dengan memperluas referensi mengenai aplikasi *Mobile Banking* khususnya *BSI Mobile*.

2. Manfaat Praktis

Sebagai informasi serta evaluasi bagi industri perbankan syariah mengenai persepsi kesesuaian dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

## **G. Sistematika Penelitian**

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada penelitian proposal ini dikelompokkan menjadi beberapa sub-sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

### **BAB I           PENDAHULUAN**

Dalam bab ini membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

## BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan landasan teoritik berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku atau jurnal yang berkaitan dengan penyusunan proposal penelitian serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian., hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir, hipotesis penelitian.

## BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, variabel penelitian populasi dan sample penelitian, teknik pengumpulan data, instrument penelitian, teknik analisis data, dan hipotesis statistic

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memberikan jawaban atas penelitian yang berupa deskripsi penelitian, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini peneliti memberikan kesimpulan atas hasil penelitian serta saran positif dan membangun untuk kedepannya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERFIKIR, DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

#### **A. Landasan Teoritis**

##### **1. Persepsi**

###### **a. Pengertian Persepsi**

Menurut Thoha dalam Rahman persepsi pada dasarnya merupakan proses kognitif yang dialami oleh setiap individu di dalam memahami sebuah informasi tentang lingkungan baik lewat penglihatan, penghayatan, perasaan, dan penciuman. Bimo Walgito dalam Rahman mengungkapkan bahwa, persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan kegiatan yang terintegrasi dalam diri individu.

Sedangkan menurut Selanno dalam Rahman persepsi merupakan suatu proses pemberian makna terhadap suatu objek terhadap suatu lingkungan. Setiap orang tentunya memiliki persepsi yang berbeda, hal tersebut dikarenakan adanya perbedaan kemampuan alat indera untuk menangkap stimulus atau objeknya.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Fauzie Rahman, dkk, *Perilaku Organisasi*, (Yogyakarta: Expert, 2017), h.62.

Persepsi merupakan kata yang berasal dari bahasa Inggris “*perception*” yang berarti tanggapan. Tanggapan ialah gambaran pengamatan yang tinggal dikesadaran kita sesudah mengamati.<sup>9</sup> Dalam Kamus Lengkap Psikologi *Perception* (persepsi) adalah proses mengetahui atau mengenali objek dan kejadian objektif dengan bantuan indera. Kesaran dari proses-proses organis dan (titchener) satu kelompok penginderaan dengan penambahan arti-arti yang berasal dari pengalaman di masa lalu.

Menurut Quinn persepsi adalah kombinasi dari sensasi yang diterima oleh organ dan hasil interpretasinya (hasil olah otak).<sup>10</sup> Sedangkan menurut Jalaludin Rahmat mendefinisikan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.<sup>11</sup>

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Persepsi adalah suatu proses pengamatan yang dialami oleh individu terhadap suatu objek dengan kemampuan alata indera sehingga membrikan gambaran yang berbeda dan dapat menyimpulkan informasi dalam menangkap stimulus/objeknya.

---

<sup>9</sup> Agus Sujanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Aksara baru 1986), h. 31.

<sup>10</sup> Sarlito W, Sarwono, *Pengantar Psikologi Umum*, (Jakarta: PT Raja Grafinso Persada, 2010), h. 94.

<sup>11</sup> Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2008), h. 51.

## **b. Proses Terjadinya Persepsi<sup>12</sup>**

Menurut Kotler dalam Twentinio, orang dapat memiliki persepsi yang berbeda atas objek yang sama karena tiga proses persepsi yaitu:

### 1) Perhatian Selektif

Orang mengalami sangat banyak rangsangan setiap hari, kebanyakan orang dapat dibanjiri oleh lebih dari 1.500 iklan per hari.

### 2) Distorsi Selektif

Kecendrungan menafsirkan informasi sehingga sesuai dengan prakonsepsi kita. Konsumen akan sering meneliti informasi sehingga menjadi konsisten dengan keyakinan awal mereka atas merek dan produk (pandangan mengenai produk)

### 3) Ingatan Selektif

Orang akan melupakan banyak hal yang mereka pelajari, tap karena adanya ingatan selektif, orang akan cenderung mengingat hal-hal baik yang disebutkan tentang produk pesaing.

## **c. Faktor yang Mempengaruhi Persepsi**

Beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut :

---

<sup>12</sup> Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13. Jilid I*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 14.

1) *Personal Effect*

Dalam hal ini disebutkan karakteristik dari individu akan dihubungkan dengan perbedaan persepsi terhadap lingkungan. Hal tersebut, sudah jelas akan melibatkan beberapa faktor antara lain kemampuan perseptual dan pengalaman terhadap lingkungan. Kemampuan perseptual masing-masing individu akan berbeda dan melibatkan banyak hal yang berpengaruh sebagai latar belakang persepsi yang keluar.

2) *Cultural Effect*

Konteks kebudayaan yang dimaksud dengan tempat asal atau tempat tinggal seseorang. Budaya yang dibawa dari tempat tinggal seseorang akan membentuk cara yang berbeda bagi setiap orang tersebut dalam “melihat dunia”. Selain itu, Gifford menyebutkan bahwa faktor pendidikan juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap lingkungan dalam konteks kebudayaan.

3) *Physical Effect*

Kondisi alamiah dari suatu lingkungan akan mempengaruhi persepsi seseorang yang mengamati, mengenal, dan berada dalam lingkungan tersebut. Lingkungan dengan atribut dan elemen pembentuknya yang menghasilkan karakter atau tipikal tertentu akan menciptakan identitas bagi lingkungan tersebut.

Misalnya ruang kelas secara otomatis akan dikenal bila dalam ruang atau mimbar dan papan tulis di bagian depannya.<sup>13</sup>

## 2. Kesesuaian

### a. Pengertian Kesesuaian

Kesesuaian menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ialah keselarasan tentang pendapat, paham, nada, kombinasi warna dan sebagainya.<sup>14</sup> Sedangkan menurut Schierz pada penelitiannya mengatakan kesesuaian menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap penggunaan teknologi informasi. Sikap penggunaan teknologi yang didasari oleh kesesuaian maka nasabah akan menggunakan layanan tersebut sehingga berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.<sup>15</sup>

Kesesuaian (compatibility) adalah taraf kesesuaian suatu perbaruan dengan nilai-nilai, pengalaman masa lampau, dan kebutuhan pengadopsi dengan cepat oleh yang bersangkutan. Sedangkan menurut Roger dalam Ibrahim M.Al-Jabri dan M. Sadiq Sohail, kesesuaian merupakan inovasi yang tidak sesuai dengan

---

<sup>13</sup> Stephen P. Robbins, *Perilaku Organisasi Buku 1*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 174

<sup>14</sup> <https://kbbi.web.id> [10 Januari 2022]

<sup>15</sup> Schierz, *Affecting Factor of use, and risk perceptions attitude toward of mobile banking*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), h. 328-341.

nilai atau norma yang diyakini oleh penerima tidak akan diterima secepat inovasi yang sesuai dengan norma.<sup>16</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Kesesuaian merupakan kecocokan akan taraf kesesuaian inovasi produk terhadap pembaharuan ide-ide, nilai-nilai dengan pendekatan yang menyesuaikan dari pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini yang salah satu faktor pengguna teknologi informasi khususnya *mobile banking*.

#### **b. Indikator Kesesuaian**

- 1) Kebutuhan transaksi.
- 2) Gaya hidup.
- 3) Kesesuaian dengan keinginan bertransaksi.

### **3. Risiko**

#### **a. Pengertian Risiko**

Secara bahasa risiko berasal dari bahasa inggris *risk* yang artinya adalah peluang (kemungkinan) terjadinya bencana atau kerugian. Oleh karena itu, *risk* dari sudut pandang bank didefinisikan sebagai peluang dari kemungkinan terjadinya situasi

---

<sup>16</sup> Al-Jabri, Ibrahim. M and Sohail, Sadiq. M, *Mobile banking Adoption : Application of Diffusion of Innovation Theory*. Business and Management Research. 07 (Jan). Vol 13. No.4. h. 381

yang memburuk (*bad outcome*).<sup>17</sup> Menurut H. Abbas Salim risiko adalah ketidak pastian atau *uncertainly* yang mungkin melahirkan kerugian.<sup>18</sup>

Tidak jauh berbeda dengan pendapat diatas Ferdinand Silalahi mengartikan risiko adalah penyimpangan hasil actual dari yang diharapkan atau hasil yang berbeda dengan yang diharapkan.<sup>19</sup>

Menurut pendapat Kasidi yang menyebutkan bahwa risiko adalah kemungkinan terjadinya penyimpangan dari harapan yang dapat menimbulkan kerugian.<sup>20</sup> Risiko dihubungkan dengan kemungkinan terjadinya akibat buruk (kerugian) yang tak diinginkan atau tidak terduga. Dengan kata lain “kemungkinan” itu sudah menunjukkan adanya ketidak pastian yang menyebabkan tumbuhnya risiko.<sup>21</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian risiko di atas, dapat disimpulkan bahwa, risiko merupakan kemungkinan terjadinya ketidak pastian yang menyebabkan akibat buruk (kerugian) yang tidak sesuai yang diharapkan.

---

<sup>17</sup> <https://kbbi.web.id/risiko> [10 Januari 2022]

<sup>18</sup> Abbas Salim, *Asuransi dan Manajemen Risiko*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), h. 4.

<sup>19</sup> Ferdinand Silalahi, *Manajemen Risiko dan Asuransi*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1997). Cet. Ke-1. H. 80

<sup>20</sup> Kasidi, *Manajemen Risiko*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 4

<sup>21</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Risiko*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 21.

## **b. Indikator Risiko**

Menurut Pavlaou. *Perceived of Risk* diukur dengan indikator sebagai berikut:<sup>22</sup>

### 1) Ada risiko tertentu

Ada risiko tertentu adalah risiko yang jelas didapat oleh pengguna *mobile banking*.

### 2) Mengalami kerugian

Mengalami kerugian adalah suatu kejadian ketika sudah menggunakan *mobile banking* mengalami kerugian.

### 3) Pemikiran bahwa berisiko

Pemikiran bahwa berisiko adalah pengguna memikirkan suatu risiko yang belum terjadi saat akan melakukan transaksi online melalui *mobile banking*

## **c. Risiko Menggunakan *Mobile Banking***

Risiko yang terjadi dalam menggunakan *mobile banking* antara lain:<sup>23</sup>

### 1) *Typo Site*' modus kejahatan *typo site* ini terbilang cukup unik dan seringkali tidak disadari oleh korbannya. Cara yang digunakan, pelaku membuat situs yang memiliki nama yang hampir serupa dengan situs resmi lainnya. Tujuannya untuk menjebak nasabah agar memasukkan *user ID*, *password*, dan

---

<sup>22</sup> Pavlou, P. A, "*Consumer Acceptance Of Electronic Commerce: Integrating Trust And Risk With The Technology Acceptance Model*, (International: Electronic Commerce, 2010), h. 3.

<sup>23</sup> Herman Darmawi, *Manajemen Risiko*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2013), h.2.

informasi rahasia lainnya pada halaman web palsu tersebut. Halaman *web* yang dibuat oleh pelaku sangat mirip dengan aslinya sehingga sulit mengenali kejahatan ini, namun biasanya halaman *web* tidak terkini dan tidak merespon secara interaktif, misalnya menampilkan ucapan selamat datang dengan menyebut nama lengkap nasabah. Halaman *web* palsu tidak dapat menampilkan nama lengkap nasabah karena pelaku tidak memiliki informasinya.

- 2) Tipe *Keylogger* tipe ini adalah suatu aplikasi atau software yang dapat mengunci tombol *keyboard* dengan menggunakan program *logger* tertentu. Sehingga, apapun yang diketikkan oleh user di layar monitor, dapat terekam. Tujuannya adalah untuk mendapatkan *user ID* dan *password* nasabah. Meskipun saat mengetikkan kata sandi di layar hanyalah ‘\*\*\*\*\*’, namun rekamannya dapat dikirimkan melalui *email* kepada pelaku atau dapat juga di *copy*.
- 3) Tipe *Phising*, risiko jenis ini banyak terjadi dalam penggunaan suatu teknologi. Kegiatan ini dilakukan oleh sekelompok orang yang sengaja melakukan pembuatan situs yang mirip dengan situs bank aslinya sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama menyeruasi aslinya. Pelaku *phising* akan mendapatkan informasi yang sangat rahasia, mengenai

*username* dan nomor PIN. Dengan informasi lengkap ini mereka akan bebas bergerak memindahkan dana nasabah ke rekening mana yang mereka mau.<sup>24</sup>

#### 4. Minat

##### a. Pengertian Minat

Minat merupakan suatu keadaan di mana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikannya lebih lanjut. Minat timbul karena adanya perhatian yang mendalam terhadap suatu objek, dimana perhatian tersebut menimbulkan keinginan untuk mengetahui, mempelajari, serta memberikan bukti lebih lanjut. Hal itu menunjukkan, bahwa dalam minat, disamping perhatian juga terkandung suatu usaha untuk mendapatkan sesuatu dari objek minat tersebut.<sup>25</sup>

Menurut Sukardi dalam Ahmad Susanto menyatakan bahwa “minat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran, atau kesenangan sesuatu.”<sup>26</sup> Sedangkan Menurut Pandji, minat adalah rasa suka (senang) dan rasa tertarik pada suatu objek atau aktivitas

---

<sup>24</sup> Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 70-71

<sup>25</sup> Darmadi, *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*, (Yogyakarta: Cv Budi Utama, 2017), h. 307.

<sup>26</sup> Sukardi dan Ahmad Santoso, *Metode Penelitian Presepsi Tindakan Kelas, Implementasi dan Pengembangannya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 57.

tanpa ada yang menyuruh dan biasanya ada kecenderungan untuk mencari objek yang disenangi tersebut.<sup>27</sup>

Menurut Slemanto, minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterkaitan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh, minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan suatu di luar diri semakin kuat atau dekat hubungan tersebut maka semakin besar minat.<sup>28</sup>

Menurut Crow and Crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.<sup>29</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa Minat adalah suatu keadaan seseorang yang mendorong dengan sendirinya akan adanya perhatian yang timbul ingin mengetahui terhadap sesuatu objek yang mengarah kepada keterkaitan, kesukaan untuk berurusan dengan kegiatan, orang, benda, bahkan pengalaman yang semakin dekat akan hubungan minat seseorang.

## **b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat**

---

<sup>27</sup> Pandji Anoraga, *Dinamika Koperas*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1995), h. 9

<sup>28</sup> Djamarah, *Psikologi Belajar*, ( Jakarta: Rineka Cipta, 2002), h. 157.

<sup>29</sup> Crow D. Leater & Crow, Alice, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Nur Cahaya, 1989), h. 302-303

- 1) Kepercayaan adalah keyakinan dari pihak lain dalam hubungan kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercaya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.<sup>30</sup> Dalam hal ini penggunaan *mobile banking* kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, padahal pengguna tidak tahu betapa kuatnya keamanan, dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Terdapat indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:<sup>31</sup>
  - a. Keandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan akurat.
  - b. Kepedulian, artinya sikap empati yang tinggi sehingga dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabah.
  - c. Kredibilitas, artinya mekanisme penyelenggara operasional transaksi elektronik perbankan yang dapat dipercaya.
- 2) Kemudahan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi

---

<sup>30</sup> Dwi Mastia Harlan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan resiko Terhadap Minat Bertransaksi menggunakan E-banking*, (Skripsi Akuntansi Yogyakarta: 2014), h. 43.

<sup>31</sup> Junai Al Fian, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Vol. 5, No. 6, 2016, h.4.

penggunanya.<sup>32</sup> Indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi dan sangat memudahkan.

### **c. Indikator tentang Minat**

Beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut :<sup>33</sup>

- 1) Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
- 2) Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- 3) Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

## **5. Nasabah**

### **a. Pengertian Nasabah**

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank.<sup>34</sup>

---

<sup>32</sup> Davis, *Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*, *Jurnal Management Information System* (online) Vol. 13, No. 3, h. 318.

<sup>33</sup>Esthy Dwityanti, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Konsumen terhadap layanan Internet Banking Mandiri*, (Tesis, Universitas Diponegoro: Semarang, 2008), h.20.

Sedangkan menurut Gasprez nasabah adalah orang yang sangat penting dipuaskan.

Menurut Pardede nasabah adalah orang yang mempercayakan pengurusan uangnya kepada bank untuk digunakan dalam operasional bisnis perbankan yang dengan hal tersebut mengharap imbalan berupa uang atau simpanan tersebut.

Menurut KBBI nasabah adalah orang yang menjadi langganan bank atau yang berkaitan dengan hal keuangan.<sup>35</sup> sedangkan menurut Boediono, nasabah adalah orang yang harus mendapatkan perhatian dan kepedulian secara sungguh-sungguh dalam hal organisasi berorientasi pada era persaingan mutu yang semakin lama semakin tinggi.<sup>36</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa, nasabah adalah seseorang atau badan hukum yang mempercayakan simpanannya kepada bank yang harus mendapatkan perhatian dan kepedulian dengan tujuan untuk digunakan dalam operasional bisnis secara sungguh-sungguh.

#### **b. Cara Pembentukan Minat Nasabah<sup>37</sup>**

- 1) Memberikan informasi yang seluas-luasnya, baik keuntungan maupun kerugian yang ditimbulkan oleh objek yang dimaksud.

---

<sup>34</sup> M. Nur Rianto Al Arif. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 189

<sup>35</sup> Ernawati Waridah. *Kamus Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Bmedia, 2017), h. 189.

<sup>36</sup> <https://sarjanaekonomi.co.id/nasabah/> [14 Januari 2021] pukul 22:12

<sup>37</sup> Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 205.

- 2) Memberikan rangsangan dengan cara memberikan hadiah berupa barang atau sanjungan yang dilakukan individu berkaitan dengan objek.
- 3) Mendekatkan individu terhadap objek, dengan cara membawa individu kepada objek atau sebaliknya.
- 4) Belajar dari pengalaman.

## **6. *Mobile Banking***

### **a. *Pengertian Mobile Banking***

*Mobile banking* merupakan salah satu hasil layanan bank yang banyak diminati oleh para nasabah karena layanan ini membuat nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya dengan menggunakan handphone jenis apapun.<sup>38</sup>

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

Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya

---

<sup>38</sup> Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 130

layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.<sup>39</sup>

*Mobile banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syari'ah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan.

*Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan.

*Mobile banking* merupakan suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui *handphone* dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identity Module Card* (SIM Card) atau biasa dikenal dengan menu layanan data atau SIM toolkit.<sup>40</sup>

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *mobile banking* ialah salah satu fasilitas layanan inovatif yang disediakan oleh bank dalam hal menjangkau perkembangan teknologi pada masa sekarang ini, yang bertujuan untuk

---

<sup>39</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 Acceptance model (TAM) approved modified)*, e-journal ekonomi bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29

<sup>40</sup> Layanan *Elektronik Banking* (on-line), tersedia di: [www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn](http://www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn) [12 Juni 2021]

memberikan kemudahan dan manfaat bagi nasabah dalam hal bertransaksi seperti pembayaran, transfer, melihat history keuangan/rekening pribadi, dan lain sebagainya yang terdapat pada menu yang tersedia, dimana fasilitas layanan inovatif tersebut dapat dilakukan dimana saja dalam berbagai situasi tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan melalui *smartphone*.

#### **b. Sejarah *Mobile Banking***

*Mobile Banking* (M-banking) diluncurkan pertama kali oleh Excelcom pada akhir 1995 dan respon yang didapat juga beragam. Latar belakang dari kemunculan *mobile banking* ini juga disebabkan oleh bank-bank yang saat ini ingin mendapat kepercayaan dari setiap nasabahnya. Dan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan pemanfaatan teknologi.

Teknologi yang tumbuh dengan pesat, harus dimanfaatkan secara cermat dan tepat. Berbagai teknologi menyediakan terobosan baru yang dapat digunakan oleh bank dalam usahanya untuk selalu meningkatkan kualitas layanan yang ada sehingga dari situlah bank-bank yang ada diseluruh dunia membut suatu inovasi baru dengan meluncurkan *mobile banking*. Contohnya di Indonesia, baik bank pemerintah maupun bank swasta nasional berlomba-lomba untuk meluncurkan teknologi *mobile banking*.

Proses *mobile banking* sendiri muncul tidak hanya berhubungan dengan bank saja, namun teknologi ini juga bekerja sama dengan operator seluler. Sehingga dapat dilihat bahwa *mobile banking* memberikan banyak keuntungan bagi semua kalangan, baik bagi bank, operator seluler maupun para nasabah pengguna *mobile banking*.

*Sms Banking* dan *mobile banking* adalah bagian dari *E-banking*, perbankan elektronik yang juga dikenal dengan *Internet Banking* adalah sebuah aplikasi yang dimana nasabah dapat melakukan transaksi, pembayaran dan transaksi lainnya melalui internet dengan website milik bank yang dilengkapi system keamanan.

Dari waktu ke waktu yang diatur melalui Peraturan Bank Indonesia No. 9/15/PBI/2007 tahun 2007 tentang penerapan Manajemen Resiko dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh Bank Umum. Penyelenggara *Internet Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan service cepat, aman, murah dan tersedia saat (24 jam) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, Laptop/Notebook, PDA, dan sebagainya.

Bukti nyata bahwa *Mobile Banking* juga tersebar diseluruh dunia yaitu dapat dilihat dari perkembangan *mobile banking* yang

ada di negara-negara Eropa khususnya Jerman dan juga negara Amerika Serikat yang merupakan negara-negara besar Pengguna *mobile banking*.

Hal-hal yang perlu diperhatikan untuk keamanan Transaksi Mobile banking adalah sebagai berikut:

- 1) Wajib Mengamankan PIN Mobile banking
- 2) Bebas membuat PIN Sendiri. Jika merasa diketahui orang lain, segera Lakukan Penggantian PIN
- 3) Bilamana SIM Card GSM Anda hilang/dicuri/dipindah tangankan kepada pihak lain, segera beritahu Bank Anda terdekat atau segera Telpon ke Call Center Bank tersebut.<sup>41</sup>

### c. Cara Kerja *Mobile Banking*

Cara kerja, untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan *password*. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada *SIM CARD* atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu yang telah tersedia pada *SIM CARD*, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta untuk menginputkan *PIN SMS BANKING* saat menjalankan transaksi. Sedangkan

---

<sup>41</sup> Ikatan Bankir Indonesia. *Mengenal operasional Perbankan 1*, (Jakarta : Gramedia, 2014), h 13.

apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan *password* untuk *login*, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan PIN saat menjalankan transaksi.<sup>42</sup>

**d. Kelebihan Mobile Banking :**

1) Bagi Nasabah

- a) *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik.
- b) Layanan *Mobile banking* selain dapat menghemat biaya, juga dapat menghemat waktu.
- c) Nasabah dapat mengakses bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun.
- d) Nasabah dapat mengetahui telah terjadi penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir ATM.

2) Bagi Bank

- a) Layanan *mobile banking* juga bisa menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *valueadded* kepada nasabahnya.

---

<sup>42</sup> Layanan *Elektronik Banking* (on-line), tersedia di: [www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn](http://www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn) diakses 12 Juni 2021 pada pukul 16.00

b) Biaya pengurusan nasabah dapat berkurang.

**e. Kekurangan *mobile banking***<sup>43</sup>

- 1) Jenis OS *handphone*
- 2) Jenis kartu yang digunakan
- 3) Kecepatan data / jaringan wilayah
- 4) Limit transaksi dalam sehari
- 5) Tidak ada notifikasi (transfer, menerima transfer, iklan)
- 6) Aktifitas setiap bulan.

**f. Fitur dan layanan BSI *Mobile***<sup>44</sup>

- 1) Info Rekening
- 2) Transfer
- 3) Pembayaran
- 4) Pembelian
- 5) QRIS
- 6) E-mas
- 7) Tarik tunai
- 8) Al-qur'an dan Hikmah
- 9) Informasi
- 10) Kotak masuk

---

<sup>43</sup> Mario Ladesman, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan layanan Mobile Banking*, (Skripsi: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), h. 55.

<sup>44</sup> <https://bsimobile.co.id/fitur-layanan/> [21 Juni 2021]

- 11) BSI *Mobile Keayboard*
- 12) Donasi Online
- 13) Buka Rekening BSI online

**g. Cara Pembukaan Rekening melalui BSI *Mobile***

- 1) Unduh aplikasi BSI di Apple Store atau Google Play Store.
- 2) Tekan tombol *sandwich* dibagian kiri atas, nantinya terlihat berbagai pilihan menu yang bisa dipilih, salah satunya buka rekening.
- 3) Pilih buka rekening
- 4) Terdapat pilihan Tabungan Mudharbah atau Tabungan Wadiah, pilih sesuai kebutuhan.
- 5) Siapkan data kependudukan seperti KTP, NPWP untuk selanjutnya diunggah beserta foto diri kita.
- 6) Setelah mengisi beberapa data
- 7) Verifikasi melalui *videocall* dengan petugas BSI.
- 8) Tunggu rekening kita disetujui
- 9) Setoran pertama cukup Rp. 100.000,-
- 10) Diberikan arahan untuk membuat PIN.

**B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian yang relevan antara lain, yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Ilham,<sup>45</sup> tentang **Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatife, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Pengguna *Mobile Banking* Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah**. Penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Pembahasan Atau Topik Penelitian Terkait dengan variabel kesesuaian, risiko di Bank diantara 5 variabel. Sedangkan perbedaannya adalah tempat penelitian. Dengan hasil variabel kegunaan, kesesuaian keuntungan relatife, motivasi hedonik, berpengaruh positif terhadap pengguna *m-banking*, sedangkan risiko tidak berpengaruh positif.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Imam Sugih Rahayu,<sup>46</sup> tentang **Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Bankig* Dengan Menggunakan Kerangka TAM (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)**. Penelitian ini memiliki jenis penelitian survey. Adapun teknik sampel yang digunakan adalah *convience sampling*. Pembahasan atau topik penelitian ini memliki persamaan dengan penelitian saya terkait dengan minat nasabah dalam menggunakan *Mobile banking* sebagai variabel Y. Sedangkan perbedaannya adalah variabel persepsi manfaat, kredibilitas, dan kemudahan serta tempat

---

<sup>45</sup> Muhammad Ilham. *Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah*, (Surabaya : STIE Perbanas, 2018), h. 6

<sup>46</sup> Imam Sugih Rahayu, *Minat nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang yogyakarta)*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol. V, No. 2, tahun 2015, h. 147

penelitian, dengan hasil persepsi manfaat, kredibilitas, informasi tentang *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat perilaku nasabah, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negatif karena tingginya persepsi kemudahan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana,<sup>47</sup> tentang **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)**. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori, sedangkan pendekatan kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti. Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya adalah Variabel kesesuaian, Risiko. Sedangkan perbedaannya adalah variabel persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan, dengan hasil berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Mario Ladesman,<sup>48</sup> tentang **Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat nasabah Menggunakan *Mobile Banking***. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif asosiatif dengan menggunakan

---

<sup>47</sup> Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti Rizki, dan Yudhi Dewantara, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking* (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kc Rembang, Jawa tengah), Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 26, No. 2, Tahun 2015, h. 6.

<sup>48</sup> Mario Ladesman, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat nasabah Menggunakan Mobile Banking*. (Lampung : Universitas Islam Negri Raden Intan Lampung, 2018), h. 66.

metode sample *incidental sampling*. Persamaan pada penelitian saya adalah variabel Y terkait minat Nasabah. Sedangkan perbedaannya adalah variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan serta tempat penelitian. Dengan hasil penelitian variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Sakinah Maulidiyah,<sup>49</sup> tentang **Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri di Surabaya**. Penelitian ini menggunakan metode sample *purposive sampling*. Salah satu dari 3 Variabel mempunyai kesamaan yaitu Variabel Kesesuaian menggunakan *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya adalah variabel persepsi manfaat, dan kemudahan penggunaan, serta objek dan tempat penelitian, dengan hasil variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* Bank Mandiri di Surabaya.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Nur Indah Kurniawati,<sup>50</sup> tentang **Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking***

---

<sup>49</sup> Sakinah Maulidiyah, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya*, (Surabaya: STIE Perbanas), h. 7.

<sup>50</sup> Nur Indah Kurniawati, *Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan)*, (Tulungagung: UIN SATU Tulungagung, 2022), h. 85.

**Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan).**

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Salah satu dari tiga variabel X mempunyai kesamaan pada penelitian ini adalah persepsi risiko. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan, kepercayaan, dan Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah.

7. Penelitian ini dilakukan oleh Pabena Suci Mutiara,<sup>51</sup> tentang **Pengaruh Teknologi Informasi Risiko Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Bank Syariah (Survey Pada Nasabah Bank Sumsel Babble Syariah Palembang)**. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survey. Persamaan pada penelitian ini ialah variabel Risiko. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel teknologi informasi, risiko, handling complaint berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan internet banking pada bank syariah.
8. Penelitian ini dilakukan oleh Sonia Devita,<sup>52</sup> tentang **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M-Banking PT. BRI Cabang Unit Tanggul, Jember**. Penelitian ini

---

<sup>51</sup> Pabena Suci, *Pengaruh Teknologi Informasi Risiko Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Bank Syariah (Survey Pada Nasabah Bank Sumsel Babble Syariah Palembang)*, (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2022), h. 66.

<sup>52</sup> Sonia Revita, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M-Banking PT. BRI Cabang Unit Tanggul Jember*. *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, Vol 5, No. 6, Februari 2021, h. 536

menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Persamaan variabel penelitian ini adalah variabel persepsi risiko. Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan risiko berpengaruh positif terhadap minat berkelanjutan menggunakan layanan *M-banking*.

9. Penelitian ini dilakukan oleh Wayan Asih,<sup>53</sup> tentang **Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT. BRI**. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini memiliki kesamaan variabel yaitu variabel persepsi risiko dan kesesuaian. Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada PT. BRI.
10. Penelitian ini dilakukan oleh Maulida Swara,<sup>54</sup> tentang **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment Linkaja Syariah**. Penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Persamaan variabel pada ini adalah variabel persepsi risiko. Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel kemudahan

---

<sup>53</sup> Wayan Asih, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT. BRI*. Jurnal ilmiah Akuntansi, Universitas Pendidikan Ganesha, Vol 11, No.2, Tahun 2020, h. 314

<sup>54</sup> Maulida swara, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment Linkaja Syariah, Indonesian Journal Of Economi, Bussines, Entrepreneurship And Finance*. Volume I, No. 3, Desember 2021, h.233

penggunaan, keamanan, dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *Fintech Payment* linkaja Syariah.

**Tabel 2.1**

Hasil Penelitian yang Relevan

No	Nama Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Muhammad Ilham	Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku	Dengan hasil variabel kegunaan, kesesuaian keuntungan relatife, motivasi hedonik, berpengaruh positif terhadap pengguna m-banking, sedangkan risiko tidak berpengaruh positif.	a. Lokasi Penelitian terdahulu: Bank Mandiri Surabaya Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro b. 3 perbedaan Variabel c. Hasil variabel risiko tidak berpengaruh positif	a. Dua variabel independen yaitu kesesuaian (X1), dan risiko(X2)

		Nasabah			
2	Imam Sugi Rahayu	Minat nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang yogyakarta),	Hasil penelitian secara simultan bahwa persepsi manfaat, kredibilitas, informasi tentang <i>mobile banking</i> berpengaruh positif terhadap minat perilaku nasabah, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh negative.	a. Lokasi Penelitian terdahulu: BSM Yogyakarta Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro b. Pembahasan atau topik penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian saya terkait dengan minat nasabah dalam menggunakan Mobile banking	

				sebagai variabel Y	
3	Giga Bawa Laksana	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia Kc Rembang, Jawa tengah	Hasil penelitian secara simultan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan penggunaan, dengan hasil berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking.	a. Lokasi Penelitian terdahulu: BRI KC Jawa Tengah Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro	a. Dua variabel independen: kesesuaian dan risiko
4	Mario	Pengaruh	hasil penelitian	a. Lokasi	a. Variabel

	Ladesman	Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat nasabah Menggunakan Mobile Banking	variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, resiko dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>	Penelitian terdahulu: Bank Mandiri Surabaya Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro	dependen: minat nasabah menggunakan <i>mobile banking (Y)</i>
5	Sakinah Maulidiyah	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank	hasil variabel manfaat, kemudahan penggunaan, dan kesesuaian secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan	a. Lokasi Penelitian terdahulu: Bank Mandiri Surabaya Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro	a. Satu variabel independen: kesesuaian

		Mandiri Di Surabaya,	<i>Mobile Banking</i> Bank Mandiri di Surabaya		
6	Nur Indah Kurniawati	Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan, kepercayaan, dan Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah.	a. Lokasi Penelitian terdahulu: Bank Syariah Tulungagung Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro b. Objek penelitian: studi kasus pada mahasiswa	a. Satu variabel independen: persepsi kesesuaian
7	Pabena Suci Mutiara	Pengaruh Teknologi Informasi	Hasil dari penelitian ini menunjukkan	a. Lokasi Penelitian terdahulu:	a. Satu variabel independen: risiko

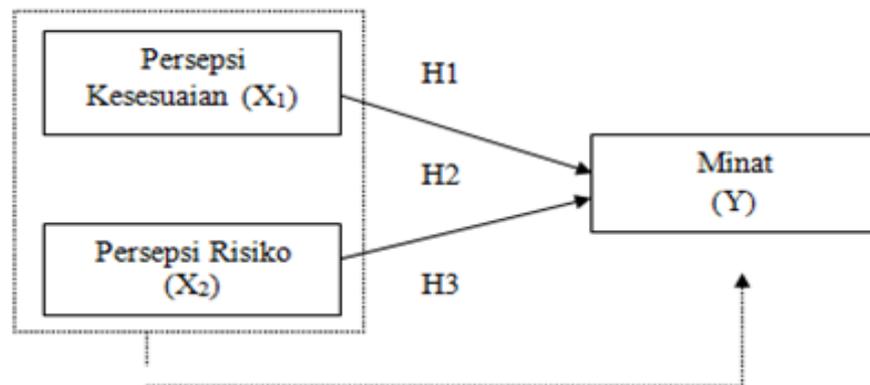
		Risiko Dan Handling Complaint Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Internet Banking Pada Bank Syariah (Survey Pada Nasabah Bank Sumsel Babble Syariah Palembang)	bahwa secara simultan variabel teknologi informasi, risiko, handling complaint berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam penggunaan internet banking pada bank syariah.	Bank syariah Palembang Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro	
8	Sonia Devita	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap	Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan, dan	a.Lokasi Penelitian terdahulu: BRI Jember Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro	a. Satu variabel independen: Persepsi risiko

		Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M-Banking PT. BRI Cabang Unit Tanggul Jember.	risiko berpengaruh positif terhadap minat berkelanjutan menggunakan layanan M- <i>banking</i> .		
9	Wayan Asih	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT. BRI	Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan	a. Lokasi Penelitian terdahulu: BRI Lokasi penulis: BSI KC Tangerang Bintaro b. Variabel Y: Transaksi Non Cash	a. Dua variabel independen: Persepsi risiko dan kesesuaian

			transaksi non cash pada PT. BRI.		
10	Maulida Swara	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Fintech Payment Linkaja Syariah, Indonesian Journal Of Economi, Bussines, Entrepreneushi p And Vinance	Hasil dari penelitian ini secara simultan menunjukkan bahwa vaiabel kemudahan penggunaan, keamanan, dan persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Fintech Payment linkaja Syariah.	a. Variabel Y: minat menggunakan fintech payment	a. Satu variabel independen (X): persepsi Risiko b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh positif terhadap variabel Y

### C. Kerangka Berfikir

Dalam konteks penelitian ini, maka aspek yang diukur dari minat dalam menggunakan *mobile banking* adalah faktor Persepsi Kesesuaian. Adapun variabel independent dalam penelitian ini adalah Persepsi Kesesuaian, dan variabel dependent dalam penelitian ini adalah minat nasabah.



**Gambar 2.1** Kerangka Berfikir

**Keterangan:**

- : Secara Simultan
- : Secara Parsial

### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-

fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data, sehingga masih perlu diuji untuk mengetahui kebenarannya.<sup>55</sup>

H<sub>0</sub> : Persepsi tentang Kesesuaian tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

H<sub>1</sub> : Persepsi tentang Kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

H<sub>0</sub> : Persepsi tentang Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

H<sub>2</sub> : Persepsi tentang Risiko berpengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah menggunakan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

H<sub>0</sub> : Persepsi tentang Kesesuaian, dan Risiko Tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

H<sub>3</sub> : Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

---

<sup>55</sup> Sugiyono, *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. (Bandung : Alfabeta, 2011), h. 96.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Dari uraian permasalahan fokus penelitian di atas, penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui apakah Persepsi tentang Kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* pada BSI Kc Tangerang Bintaro.
2. Mengetahui apakah Persepsi tentang Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* pada BSI Kc Tangerang Bintaro.
3. Mengetahui apakah Persepsi tentang kesesuaian dan Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* pada BSI Kc Tangerang Bintaro.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro Trade Centre yang beralamat, Blok A1, No. 06, Sektor 7, Jl. Jend. Sudirman, Pd. Jaya, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15224. Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini pada tanggal 11 November 2021 s.d 11 April 2022

### C. Metode Penelitian

Metode pada penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan memecahkan suatu masalah. Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui, pengertian tersebut merupakan pendapat dari kasiram dalam bukunya *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*.

Sedangkan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey yang ditunjukkan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Bintaro.

### D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>56</sup> Variabel penelitian dibedakan menjadi dua, yaitu variabel independent dan variabel dependent. Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini menggunakan variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel bebas (*Independent Variable*)

---

<sup>56</sup> Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h.13.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat).<sup>57</sup>

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi kesesuaian sebagai (X1) dan variabel persepsi risiko sebagai (X2).

b. Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variasi variabel bebas.<sup>58</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>59</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tangerang Bintaro yang menggunakan layanan BSI *Mobile* dengan jumlah 3000 nasabah.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak akan mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena

---

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), H. 39.

<sup>58</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2006), h.78.

<sup>59</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 410.

keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar *representatif* (mewakili).<sup>60</sup>

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.<sup>61</sup> Maka penarikan sampel pada penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang Bintaro yang memiliki rekening dan aktif menggunakan aplikasi BSI *Mobile*.

Dalam hal ini, peneliti melakukan sampling terhadap nasabah yang menggunakan layanan aplikasi BSI *mobile* di Kantor Cabang Tangerang Bintaro. Besarnya sampel diambil dihitung berdasarkan rumus Slovin yaitu:

$$n = N / 1 + (N \times e^2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

$e^2$  = persen kelonggaran ketidaktelitian (10%)

berdasarkan rumus di atas besarnya sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = 3.000 / 1 + (3.000 \cdot 0,01)$$

---

<sup>60</sup> *Ibid*, h. 115.

<sup>61</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 85.

$$n = 3.000 / 1 + 30$$

$$n = 3.000 / 31$$

$$n = 96,7 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Maka dalam penelitian ini peneliti melakukan sampel pada nasabah yang menggunakan layanan aplikasi BSI *mobile* berjumlah 100 nasabah atau responden, kemudian akan digunakan untuk dapat mewakili populasi sejumlah 3000 nasabah.

## F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting dan berbagai sumber. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data menggunakan sumber primer dan sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain, dokumen, hingga jurnal. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa metode yaitu:

1. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya.<sup>62</sup> Kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh nasabah dengan jawaban yang alternative berkenaan dengan Pengaruh Persepsi tentang

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 137

Kesesuaian, Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia KC Tangerang, Bintaro. Beberapa pertanyaan yang ada dalam Kuesioner terdapat pertanyaan yang diambil dari referensi terdahulu dan beberapa pertanyaan yang dibuat oleh penulis. Skala yang dipakai pada penelitian ini ialah Skala *Ordinal*. Skala *ordinal* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial.<sup>63</sup> Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut: <sup>64</sup>

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

## G. Instrumen Penelitian

Definisi operasional adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Definisi Variabel-variabel penelitian harus dirumuskan untuk menghindari kesesatan dalam mengumpulkan data.<sup>65</sup>

---

<sup>63</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 132.

<sup>64</sup> *Ibid*, h.133.

<sup>65</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 38.

Dalam penelitian ini pengaruh persepsi tentang kesesuaian terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*, merupakan persepsi tentang kesesuaian (X1) dan persepsi tentang risiko (X2) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* (Y). variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel bebas dengan variabel terikat. Variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pertanyaan dalam kuesioner dengan menggunakan skala ordinal dengan 5 pilihan jawaban yaitu, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

**Tabel 3.2**

Instrumen Penelitian

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>	<b>Referensi</b>
Persepsi tentang Kesesuaian	Kecocokan dan konsistensi suatu inovasi produk akan ide-ide, nilai, kepercayaan, pengalaman masa lalu dan kebutuhan saat ini	1. Kebutuhan transaksi. 2. Gaya hidup. 3. Kesesuaian dengan keinginan bertransaksi.	Skala likert	Sakinah Maulidiyah, <i>Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di</i>

				Surabaya, h. 7.
Persepsi tentang Risiko	Kemungkinan terjadinya ketidakpastian yang menyebabkan akibat buruk (kerugian) yang tidak sesuai yang diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ada risiko tertentu</li> <li>2. Mengalami Kerugian</li> <li>3. Pemikiran bahwa berisiko</li> </ol>	Skala likert	Yusuf Mitra Mulyana, <i>Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Took Online Olx.Co.Id</i> , (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), h. 30.
Minat Nasabah	Suatu keadaan seseorang yang mendorong dengan sendirinya akan adanya perhatian yang timbul ingin mengetahui terhadap sesuatu objek yang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecendrungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.</li> <li>2. Kecendrungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang</li> </ol>	Skala likert	Esthy Dwityanti, <i>Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli Konsumen terhadap layanan Internet Banking Mandiri</i> , (Tesis,

	<p>mengarah kepada keterkaitan, kesukaan untuk berurusan dengan kegiatan, orang, benda, bahkan pengalaman yang semakin dekat akan hubungan minat seseorang.</p>	<p>lain. 3. Mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut</p>	<p>Universitas Diponegoro : Semarang, 2008), h.20.</p>
--	---	---	--

## H. Teknik Analisis data

Teknik analisis data ini merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian.<sup>66</sup> Berdasarkan keterangan di atas, sifat analisis data yang peneliti gunakan ialah sebagai berikut:

### 1. Uji Validitas

Analisis ini digunakan untuk menguji apakah kuesioner valid atau tidak valid. Apabila pertanyaan yang diajukan sesuai dengan indikator dan mampu menunjukkan sesuatu yang dapat diukur maka dinyatakan valid. Rumus yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

---

<sup>66</sup> Juliansyah Nor, *metodologi penelitian kualitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), h. 64

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum X \cdot Y - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2) (n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : koefisiensi validitas skor butir pertanyaan

X : skor butir soal tertentu untuk setiap responden

Y : skor total (seluruh soal) untuk setiap responden

N : banyaknya responden data x dan y

Kriteria validitas adalah valid jika “  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .”

## 2. Uji Reliabilitas

Analisis ini digunakan untuk apakah kuesioner yang reliable dapat memberikan jawaban yang meyakinkan jika diuji ulang dengan hasil yang sama. Dalam pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, Kriteria Reliabilitasnya adalah jika *Alpha Cronbach* > 0,6 maka dikatakan *reliable*.<sup>67</sup>

## 3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ditujukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut menyimpang atau tidak dari asumsi-asumsi klasik.

---

<sup>67</sup> Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 79.

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal. Cara mendeteksi apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data pada sebuah grafik. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.<sup>68</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variabel independent. Multikolinieritas menyatakan hubungan antar sesama variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai Cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya nilai multikolinieritas adalah nilai tolerance  $> 0,1$  atau sama dengan nilai VIF  $< 10$ .<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*, (Semarang: UNDIP, 2016), 154-156.

<sup>69</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Semarang: UNDIP, 2009), h. 96

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi peneliti menggunakan Uji Durbin – Watson (DW test). Uji Durbin Watson akan menghasilkan nilai yang nantinya akan dibandingkan dengan dua nilai Durbin Watson Tabel, yaitu Durbin Upper (DU) dan Durbin Lower (DL).

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas..<sup>70</sup>

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode uji *glejser*, yaitu dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas diketahui dengan melihat signifikansinya terhadap derajat kepercayaan 5%. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi

---

<sup>70</sup> Imam Ghozali, *Apikasi Analisis Mutivariate*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro, 2005), h. 135-136.

heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi  $<0,05$ , maka mengalami heteroskedastisitas.<sup>71</sup>

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan salah satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil dari analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing independen.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat nasabah menggunakan *mobile banking* sedangkan variabel independen adalah persepsi kesesuaian dan risiko. Rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2$$

Keterangan:

Y : Minat nasabah menggunakan *mobile banking*

a : Konstanta

X1: Persepsi Kesesuaian

X2: Persepsi Risiko

B1: Koefisien Regresi Variabel Persepsi Kesesuaian

---

<sup>71</sup>Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta:Penerbit ANDI, 2011), h. 98.

## B2: Koefisien Regresi Variabel Persepsi Risiko

### b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji hipotesis (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak pada masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).<sup>72</sup>

Kriteria yang ditetapkan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan sebesar 0,05.<sup>73</sup> Langkah-langkah untuk uji hipotesis adalah sebagai berikut:

#### a. Membuat hipotesis dalam bentuk kalimat

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

$H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

---

<sup>72</sup> Nachrowi dan Hadrius Usman, *Penggunaan Teknik Ekonometri*, (Jakarta: Rajawali Press, 2002), h. 25

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: CV Alfabeta, 2010), h. 250

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *BSImobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

$H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kesesuaian, risiko terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

$H_3$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kesesuaian, risiko terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

b. Menentukan taraf signifikan

Menentukan taraf signifikan dengan ketentuan  $\alpha = 5\%$  atau 0,05. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_1$  ditolak

c. Kaidah pengujian hipotesis

1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh persepsi kesesuaian ( $X_1$ ) terhadap minat nasabah

menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro (Y).

- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, hal ini menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan atau pengaruh persepsi kesesuaian (X1) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro (Y).
- 3) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh persepsi risiko (X2) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro (Y).
- 4) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak, hal ini menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan atau pengaruh persepsi risiko (X2) terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro (Y).

### c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel persepsi kesesuaian dan persepsi risiko

terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*. untuk menguji hipotesis digunakan statistik F dengan rumus sebagai berikut:

$$F_n = \frac{R^2 / K}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan:

$F_n$  : nilai uji f

$R$  : koefisien analisis regresi berganda

$k$  : jumlah variabel independen

$n$  : jumlah anggota sampel

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah

$H_0: \beta_i = 0$ , artinya variabel-variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0: \beta_i > 0$ , artinya variabel-variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Apabila probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.<sup>74</sup>

Dengan membandingkan nilai F hitung dengan Ftabel

- 1)  $H_0$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$
- 2)  $H_a$  diterima bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$

---

<sup>74</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: CV Alfabeta, 2010), h. 43

Untuk menentukan nilai  $f_{tabel}$ , maka diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut dengan rumus sebagai berikut:

$$1) Df \text{ (pembilang)} = k-1$$

$$2) Df \text{ (penyebut)} = n-k$$

Keterangan:

$k$  : jumlah variabel bebas dan terikat

$n$  : jumlah sampel dalam penelitian

#### d. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah angka untuk menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih  $X$  (bebas) terhadap variabel  $Y$  (terikat).<sup>75</sup> Jadi koefisien determinasi adalah mengukur seberapa jauh kemampuan variabel  $X$  mempengaruhi variabel  $Y$ . Semakin besar koefisien determinasi maka semakin baik kemampuan  $X$  mempengaruhi  $Y$ .<sup>76</sup>

### I. Hipotesis Statistik

Dalam penelitian ini pengujian terhadap hipotesis dengan menggunakan software SPSS versi 23, dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui normalitas data serta

---

<sup>75</sup> *Ibid*, h. 252.

<sup>76</sup> Imam Ghozali, *Apikasi Analisis Mutivariate, Apikasi Analisis Mutivariate*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), h. 95.

sejauh mana variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan. Adapun hipotesis statistik dari penelitian ini adalah

a. Hipotesis Pertama

- a.  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi tentang kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro
- b.  $H_1$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kesesuaian tentang terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

b. Hipotesis Kedua

- 1)  $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi tentang risiko, terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro
- 2)  $H_2$  : Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi tentang risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro

c. Hipotesis Ketiga

- 1)  $H_0$  : Persepsi tentang Kesesuaian, Risiko tidak Berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

- 2) H<sub>3</sub> : Persepsi tentang Kesesuaian, Risiko Berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kc Tangerang, Bintaro.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Indonesia**

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri,

BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).<sup>77</sup>

## **2. Visi dan Misi**

Adapun visi Bank Syariah Indonesia adalah “TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK”

Sedangkan misi dari Bank Syariah Indonesia adalah sebagai berikut :

---

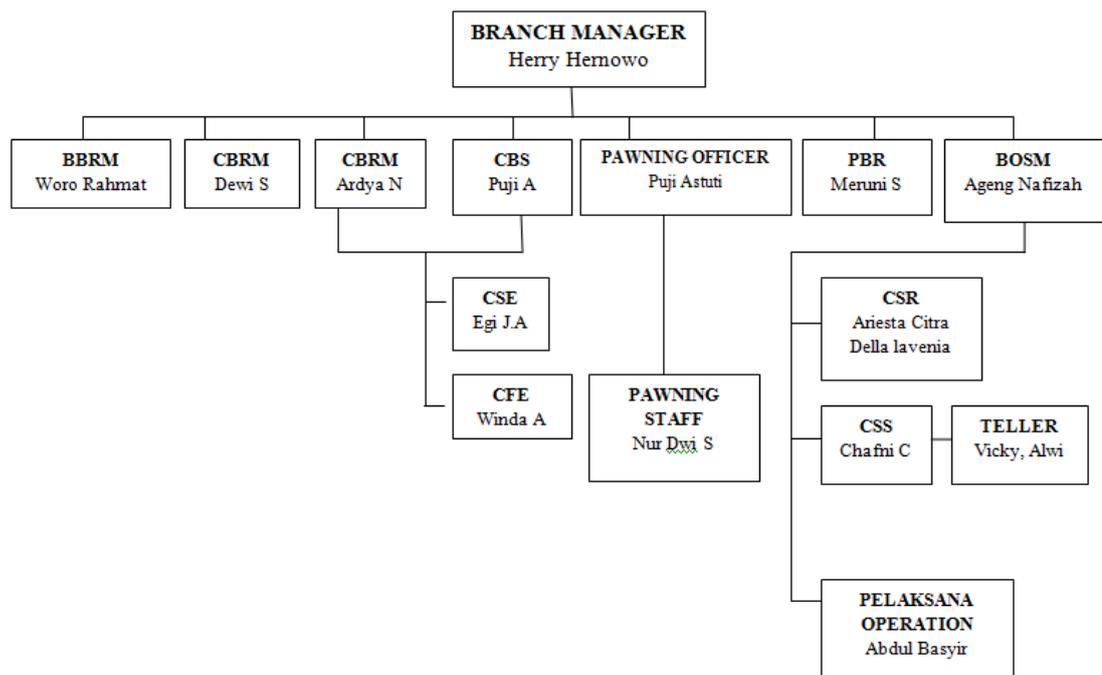
<sup>77</sup> <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> [09 Januari 2022]  
[08.00 WIB]

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

### 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia

**Tabel 4.1**

Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



#### 4. Produk dan Jasa Layanan Bank Syariah Indonesia

BSI menawarkan beragam produk unggulan dan tentunya dijalankan sesuai dengan syariat islam. Produk bisa digunakan nasabah perorangan atau perusahaan. Produk dan layanan Bank Syariah Indonesia anatara lain:

##### a. Individu<sup>78</sup>

- 1) Tabungan : BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Classic, BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Efek Syariah, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Mahasiswa, BSI Tabungan Payroll, BSI Tabungan Pendidikan, BSI Tabungan Prima, dan BSI Tabungan Rencana.
- 2) Haji Dan Umrah: BSI Tabungan Haji Indonesia dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia.
- 3) Pembiayaan: Bilateral Financing, BSI Cash Collateral, BSI Distributor Financing, BSI Griya Hasanah, BSI Griya Maburr, BSI Griya Simuda, BSI KPR Sejahtera, BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro, BSI KUR Super Mikro, BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh), BSI Mitraguna Berkah, BSI Multiguna Hasanah, BSI Oto, BSI Pensiun Berkah, BSI Umrah, dan Mitraguna Online.
- 4) Investasi: Bancassurance, BSI Deposito Valas, BSI Rekasa Dana Syariah, Cash Waqf Linkde Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf

---

<sup>78</sup> <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu> [09 Januari 2022] [10.00 WIB]

Ritel), Deposito Rupiah, Referral Retail Brokerage, dan SBSN Ritel.

- 5) Transaksi: BSI Giro Rupiah dan BSI Giro Valas.
- 6) Emas: BSI Cicil Emas dan BSI Gadai Emas.
- 7) Bisnis: Bank Guarantee Under Counter Guarantee, BSI Bank Garansi, BSI Cash Management, BSI Deposito Ekspor SDA, BSI Giro Ekspor SDA, BSI Giro Optima, BSI Giro Pemerintah, BSI Pembiayaan Investasi, Giro Vostor, Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank, dan Pembiayaan Yang Diterima (PYD).

b. Perusahaan<sup>79</sup>

- 1) Trade Finance and Service: Pembiayaan Investasi, Penyelesaian Wesel Ekspor, LC Issuance/SKDBN, Buyer Financing, Distributor Financing, Supplier Financing, dan Bank Garansi.
- 2) Pembiayaan: Investasi Teriat Syariah Mandiri, Pembiayaan Investasi, Refinancing, Multifinance, Pembiayaan Rekening Koran Syariah, Agency, Sindikasi, Clubdeal, dan Pembiayaan Modal Kerja.
- 3) Simpanan: Giro SBSN, Deposito DHE SDA, Giro DHEA SDA, dan Giro Optima. Cash Managemen: CMS ( Transaksi Bisnis Mudah Tanpa Rasa Gundah) dan OPBS (SO/DO) Pertamina.

---

<sup>79</sup> <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/perusahaan> [09 Januari 2022] [10.00 WIB]

4) Tresuri (*Treasury Product*): Transaksi Sukuk, Deposito On Call (DOC), BSI Lindungi Nilai Syariah, Transaksi Valuta Asing – Devisa Umum/Telegraphic Transfer dan Transaksi Valuta Asing-Uang Kertas Asing (*Banknotes*).

c. Digital Banking<sup>80</sup>

1) BSI Mobile: solusi untuk kemudahan anda dalam bertransaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. BSI Mobile menemani anda 24 jam dan membuat segalanya menjadi lebih seimbang secara financial, spiritual, dan social.

a) Keunggulan: sahabat finansial, sahabat spiritual, sahabat social.

b) Cara Aktivasi BSI Mobile:

(1) Aktivasi langsung setelah berhasil buka rekening online.

(2) Aktivasi melalui chatbot Aisyah atau via Whatsapp Business Bank Syariah Indonesia di nomor 081584114040.

(3) Aktivasi melalui bank syariah Indonesia call 14040

(4) Aktivasi ulang melalui fitur minta kode aktivasi di BSI Mobile untuk anda yang nomor HP nya sudah terdaftar di BSI mobile.

---

<sup>80</sup> <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/digital-banking> [09 Januari 2022]  
[10:30 WIB]

(5) Aktivasi melalui kantor cabang bank syariah Indonesia terdekat.

2) Buka Rekening Online layanan pembukaan rekening online melalui BSI mobile adalah solusi untuk anda yang ingin membuka rekening dengan mudah tanpa harus datang ke Cabang.

a) Keunggulan: lebih mudah dan simple, lebih cepat, lebih aman dan Nyaman.

b) Syarat dan ketentuan: memiliki kelengkapan data diri (KTP, NPWP Untuk wajib pajak), perangkat yang mendukung proses video call dan foto data diri.

c) Langkah mudah buka rekening online:

(1) Buka rekening dengan download aplikasi BSI mobile di playstore atau appstore, selanjutnya buka aplikasinya lalu klik buka rekening.

(2) Pilih jenis rekening (Tabungan Easy Mudharabah atau Easy wadiah) sesuai kebutuhan anda.

(3) Upload dokumen yang berisi foto (KTP, NPWP untuk waib pajak, tanda tangan) dan isi data diri.

(4) Video call untuk verifikasi

(5) Rekening berhasil dan aktivasi

(6) Setoran awal minimal Rp. 100.000,-

3) Solusi Emas: layanan kepemilikan emas melalui BSI Mobile dengan pembelian emas mulai dari Rp. 50,000. Anda bisa beli, jual, transfer, serta tarik fisik emas dan gadai emas online dengan mudah dan aman tanpa perlu datang ke cabang.

a) Nasabah dapat memiliki rekening tempat menyimpan emas yang dapat di topup, ditarik dan di transfer cukup dari BSI Mobile.

b) Solusi untuk melindungi nilai tabungan nasabah

c) Nasabah yang telah menyimpan emas di rekening e-mas tersebut, dapat memberikan emasnya kepada oranglain dengan cara transfer antar rekening e-mas secara real time.

d) Syarat dan ketentuan: nasabah yang telah memiliki rekening tabungan rupiah (tabungan mdharabah atau tabungan wadiah) serta telah aktivasi BSI Mobile.

4) BSI QRIS: layanan transaksi dengan scan kode QR Code yang menggunakan QR Code Indonesia Standar (QRIS) Bank Indonesia.

a) Syarat dan ketentuan Merchant QRIS:

(1) Menjadi nasabah

(2) Mengajukan permohonan menjadi merchant QRIS.

5) BSI Cardless Withdrawal

Solusi praktis bagi anda dalam melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu. Melali BSI Mobile, tarik tunai tanpa

kartu bisa dilakukan di seluruh ATM Bank Syariah Indonesia dan indomaret.

- a) Keunggulan: mudah, aman, dan praktis.
- b) Syarat dan ketentuan: nasabah telah melakukan aktivasi BSI mobile

6) BSI Debit Card: BSI Kartu Debit merupakan kartu ATM dari Bank Syariah Indonesia yang dapat digunakan untuk bertransaksi di ATM dan EDC di jaringan GPN dan Internasional (Visa).

- a) Keunggulan produk: kemudahan transaksi di seluruh mesin ATM dan EDC.
- b) Cara mendapatkan BSI Kartu Debit

Nasabah bisa dapat mendapatkan kartu debit BSI melalui :

- a) Cabang Bank Syariah Indonesia
- b) Mobile Banking Request Kartu ATM DEBIT (*on develop*).

7) BSI Debit OTP: BSI debit otp merupakan layanan transaksi berbasis **kartu debit** yang menggunakan **kode OTP** sebagai PIN dalam setiap penggunaan transaksinya.

- a) Keunggulan: aman, mudah dan cepat.
- b) Manfaat: sebagai solusi apabila nasabah sering lupa PIN dan kartu hilang. Nasabah juga bisa terhindar dari tindakan

kejahatan (*skimming*, hipnotis) yang dapat meminimalisir kerugian financial nasabah.

(1) Tidak khawatir lupa PIN karena menggunakan OTP yang dapat di request.

(2) Tidak khawatir kartu hilang karena kartu tidak melekat ke rekening.

(3) Terhindar dari *skimming*, tetap aman karena kartu menggunakan OTP yang berganti.

8) BSI ATM CRM (*Cash Recycle Machine*) atau ATM setor tarik merupakan jenis atm untuk melayani transaksi setor tunai, tarik tunai, transfer antar bank serta transaksi pembayaran atau pembelian bagi semua nasabah bank syariah Indonesia.

a) Fungsi transaksi BSI ATM CRM:

(1) Setor tunai

(2) Tarik tunai Transfer antar rekening BSI

(3) Transfer antar bank

(4) Pembayaran / pembelian

(5) Cek saldo

b) Keunggulan: mudah, cepat, 24 jam.

c) Biaya setor tunai: transaksi setor tunai tidak dikenakan biaya.

9) BSI Aisyah: Aisyah adalah system interaktif bank syariah Indonesia yang akan membantu memberikan informasi produk, layanan, dan promo terbaru dari Bank Syariah Indonesia.

a) Keunggulan: mudah, *responsive*, dan *helpful*

(1) Layanan informasi kepada nasabah berbasis *messaging apps*.

(2) Memberikan layanan komunikasi dua arah antara nasabah maupun non nasabah.

(3) Mengetahui informasi mengenai produk, layan, promosi, lokasi ATM & Cabang Bank Syariah Indonesia.

10) BSI Net: transaksi bisnis kini lebih mudah melalui layanan BSI Net kapanpun dan dimanapun. Berbagai kemudahan bertransaksi seperti melakukan transfer secar massal dan monitoring transaksi bisa anda lakukan di BSI Net.

a) Keunggulan: kemudahan monitoring transaksi, limit besar, dan kemudahan pengelolaan keungan.

b) Cara pendaftaran layanan BSI Net:

(1) Telah memiliki rekening Bank Syariah Indonesia

(2) Mengunjungi kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.

(3) Menyertakan legalitas nasabah/ perusahaan.

11) BSI JadiBerkah.id: JadiBerkah.id adalah platform *crowdfunding* untuk zakat, infak, shodaqoh, dan wakaf. Berbagai pilihan program ziswaf dapat anda temukan di platform jadiberkah.id.

a) Keunggulan: Transparansi Transaksi, beragam pilihan ziswaf, mitra terbaik dan terpercaya.

b) Cara registrasi layanan jadiberkah.id:

Sebagai donator:

- (1) Membuka web jadiberkah.id
- (2) Klik daftar
- (3) Isi form registrasi
- (4) Mendapat informasi user dan password melalui email atau no.hp
- (5) Login

Sebagai mitra:

- (1) Datang ke cabang terdekat
- (2) Mengajukan permohonan pendaftaran mitra jadiberkah.id
- (3) Mengisi form pendaftaran dan PKS mitra dengan BSI
- (4) Mendapat user dan password Login.

12) BSI Merchant Business: EDC Bank Syariah Indonesia merupakan layanan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia kepada nasabah yang memiliki usaha untuk

memberikan kemudahan transaksi pembayaran kartu ATM Debit kepada pelanggannya.

- a) Keunggulan: memperkaya metode pembayaran, menerima Transaksi Kartu Debit dan QRIS, praktis dan nyaman.
- b) Syarat dan ketentuan: nasabah memiliki tabungan/simpanan Bank Syariah Indonesia.
- c) Cara pengajuan:
  - (1) Calon Merchant mengajukan permohonan melalui kantor Cabang BSI dengan mengisi formulir aplikasi Merchant.
  - (2) Melengkapi dan memenuhi persyaratan kelengkapan dokumen sesuai jenis usaha merchant dan memenuhi persyaratan sebagai merchant.
  - (3) Memiliki rekening tabungan / giro.
- d) Kartu (Kartu Pembiayaan dan Kartu Debit)
  - (1) Kartu pembiayaan: BSI Hasanah Card Classic, BSI Hasanah Card Gold, BSI Hasanah Card Platinum.
  - (2) Kartu Debit: BSI Debit GPN, BSI Debit OTP, BSI Debit Visa, Kart BSI Debit Sabi, Kartu BSI Debit Simple, Kartu Haji BSI Visa.

## B. Deskripsi Data Responden

### 1. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, gambaran tentang jenis kelamin dari responden di deskripsikan sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		JENIS KELAMIN			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pria	17	17.0	17.0	17.0
	Wanita	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner (diolah), 2022

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 responden, yang terdiri dari 17 responden pria atau sebanyak 17% dan 83 responden wanita atau sebanyak 83%. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 83%.

Terdapat perbedaan gender di dalam dunia internet seperti penggunaan *mobile banking*, tetapi perbedaan tersebut bukan terletak pada seberapa besar jumlah pengguna laki-laki maupun perempuan, melainkan pada perilaku penggunaan internet. Laki-laki lebih banyak

untuk memperoleh informasi, seperti membaca berita dan *games*, sedangkan perempuan lebih *massive* dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* yang ada terutama dalam hal melakukan aktivitas transaksi pembayaran.

## 2. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, gambaran tentang usia dari responden di deskripsikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

Responden Berdasarkan Usia

USIA

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-25 tahun	94	94.0	94.0	94.0
25-35 tahun	3	3.0	3.0	97.0
36-45 tahun	1	1.0	1.0	98.0
46-60 tahun	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner (diolah, 2022)

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa jumlah responden yang berumur 17-25 tahun berjumlah 94 responden dengan presentase 94%. Responden yang berumur 25-35 tahun berjumlah 3 responden dengan presentase 3%. Responden yang berumur 36-45 tahun berjumlah 1 responden dengan presentase 1 %. Responden yang berumur 46-60 tahun berjumlah 2 responden dengan presentase 2%.

maka dapat diketahui mayoritas responden berdasarkan usia pada penelitian ini berusia 17-25 tahun dengan presentase 94%.

Mayoritas responden berdasarkan Usia 17-25 tahun dapat dinyatakan bahwa pada pengelompokan generasi menurut *National Chamber Foundation*, generasi millennial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000. Salah satu ciri utama generasi millennial ditandai oleh peningkatan, penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi. Generasi ini lebih melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan, dengan tujuan memudahkan dan menjadi individu yang lebih produktif dan efisien.<sup>81</sup> Maka dapat dinyatakan dari perangkat teknologi mampu melakukan apapun seperti mengirim pesan, menggunakan layanan *mobile banking*, dan memesan jasa transportasi *online* yang cenderung menggunakan *cashless* dalam transaksi pembayaran. Karena, Perbedaan generasi bisa menciptakan perbedaan persepsi mengenai minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

### **3. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Penggunaan BSI *mobile***

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, gambaran tentang minat nasabah pengguna BSI *Mobile* dari responden di deskripsikan sebagai berikut.

---

<sup>81</sup> Indah Budiati, *Profil Generasi Milenial Indonesia*. (Jakarta: Kementerian Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), h. 16

**Tabel 4.4**

Responden berdasarkan pengguna BSI *mobile*

**MBANKING**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 kali	34	34.0	34.0	34.0
	5-10 kali	11	11.0	11.0	45.0
	> 10 kali	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner (diolah), 2022.

Berdasarkan data di atas bahwa responden yang menggunakan layanan BSI *mobile* dengan beberapa transaksi, dapat dilihat responden yang menggunakan BSI *mobile* 3-5 kali berjumlah 34 orang dengan presentase 34 %. Responden yang menggunakan BSI *mobile* 5-10 kali berjumlah 11 orang dengan presentase 11 %. Responden yang menggunakan BSI *mobile* >10 kali berjumlah 55 orang dengan presentase 55%. Maka dapat diketahui mayoritas responden yang menggunakan BSI *mobile* pada penelitian ini sebanyak lebih dari 10 kali dengan presentase 55%.

#### 4. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, gambaran tentang pekerjaan dari responden di deskripsikan sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

Responden Berdasarkan Pekerjaan

**PEKERJAAN**

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahasiswa/Pelajar	69	69.0	69.0	69.0
Pegawai Negeri	4	4.0	4.0	73.0
Pegawai Swasta	23	23.0	23.0	96.0
Irt	2	2.0	2.0	98.0
Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: data kuesioner (diolah), 2022.

Berdasarkan data di atas bahwa beberapa responden berdasarkan pekerjaan yang meliputi, responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar berjumlah 69 dengan presentase 69%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai negeri berjumlah 4 dengan presentase 4 %. Responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta berjumlah 23 dengan presentase 23%. Responden yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga berjumlah 2 dengan presentase 2%. Responden dengan profesi lainnya yang diantaranya sebagai guru TPQ berjumlah 2 dengan presentase 2%. Maka dapat diketahui mayoritas responden pada penelitian ini ialah responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar dengan presentase 69%.

## 5. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, gambaran tentang pendidikan dari responden di deskripsikan sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

Responden Berdasarkan Pendidikan

**PENDIDIKAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	67	67.0	67.0	67.0
DIPLOMA	2	2.0	2.0	69.0
SARJANA	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber data: kuesioner (diolah), 2022.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas menjelaskan bahwa responden yang memiliki pendidikan SMA berjumlah 67 orang dengan presentase 67%. Responden yang memiliki pendidikan diploma berjumlah 2 orang dengan presentase 2 %. Responden yang memiliki pendidikan sarjana berjumlah 31 orang dengan presentase 31 %. Maka dapat dinyatakan bahwa mayoritas responden yang memiliki pendidikan yaitu pendidikan SMA dengan presentase 67%.

## C. Uji Persyaratan Analisis

### 1. Pengujian Analisis Data

#### a. Hasil Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang akan diukur.<sup>82</sup> Validitas menunjukkan kinerja kuesioner dalam mengukur yang telah dinyatakan valid. Dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka instrumen pernyataan dikatakan tidak valid. Berdasarkan uraian di atas, dapat disajikan hasil dari pengolahan data terkait uji validitas atas instrument penelitian dengan jumlah 100 responden untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak, dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 4.7**

Hasil uji Validitas Variabel Persepsi tentang Kesesuaian

ITEM	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	KESIMPULAN
X1.1	0,624	0,197	Valid
X1.2	0,754	0,197	Valid
X1.3	0,490	0,197	Valid
X1.4	0,729	0,197	Valid
X1.5	0,751	0,197	Valid
X1.6	0,615	0,197	Valid

<sup>82</sup> Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*, (Jakarta: CV Andi Offset, 2005), h. 247.

X1.7	0,737	0,197	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber data: kuesioner (diolah), 2022.

Berdasarkan hasil dari tabel di atas bahwa, seluruh item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur variabel persepsi kesesuaian, risiko dan minat nasabah menggunakan BSI *Mobile* dinyatakan valid. Nilai  $Df = n-2 = 98$  maka  $r_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05 (5%), secara keseluruhan 7 item pertanyaan pada variabel Persepsi Kesesuaian (X1) dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,197. Sehingga item pertanyaan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.8**

Hasil uji Validitas Variabel Persepsi tentang Risiko

ITEM	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	KESIMPULAN
X2.1	0,720	0,197	Valid
X2.2	0,654	0,197	Valid
X2.3	0,549	0,197	Valid
X2.4	0,679	0,197	Valid
X2.5	0,739	0,197	Valid
X2.6	0,599	0,197	Valid
X2.7	0,610	0,197	Valid
X2.8	0,721	0,197	Valid

X2.9	0,345	0,197	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber Data: Kuesioer (diolah), 2022.

Berdasarkan hasil dari tabel persepsi Risiko di atas bahwa, Nilai  $Df = n-2 = 98$  maka  $r_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05 (5%) secara keseluruhan 9 item pertanyaan pada variabel risiko (X2) dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,197. Sehingga item pertanyaan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

**Tabel 4.9**

Hasil Uji Validitas Variabel Minat Nasabah Manggunakan BSI

*Mobile*

ITEM	Rhitung	Rtabel	KESIMPULAN
Y1.1	0,681	0,197	Valid
Y1.2	0,717	0,197	Valid
Y1.3	0,732	0,197	Valid
Y1.4	0,745	0,197	Valid
Y1.5	0,682	0,197	Valid
Y1.6	0,529	0,197	Valid
Y1.7	0,696	0,197	Valid
Y1.8	0,578	0,197	Valid
Y1.9	0,501	0,197	Valid

Sumber Data: Kuesioner (diolah), 2022.

Berdasarkan hasil dari tabel minat nasabah menggunakan *mobile banking* (Y) bahwa, Nilai  $Df = n-2 = 98$  maka  $r_{tabel}$  dengan signifikansi 0,05 (5%), secara keseluruhan 9 item pertanyaan pada variabel minat nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile* (Y) dapat dinyatakan valid karena seluruh item pertanyaan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,197. Sehingga item pertanyaan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

#### b. Hasil Uji Reliabilitas

Apabila suatu alat pengukuran dinyatakan valid, maka tahap berikutnya adalah mengukur tahap reliabilita. Analisis ini digunakan untuk membuktikan apakah kuesioner yang reliable dapat memberikan jawaban yang meyakinkan jika diuji ulang dengan hasil yang sama.<sup>83</sup> Untuk mengukur reliabilitas dapat digunakan *Cronbach's Alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliable bila koefisien reliabilitas  $> 0,60$  hasil pengujian dapat dilihat dari tabel berikut

**Tabel 4.10**

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Batas Normal	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan

<sup>83</sup> *Ibid*, h. 79

Persepsi Kesesuaian	>0,60	0,778	Reliable
Persepsi Risiko	>0,60	0,811	Reliable
Minat Nasabah Meggunakan <i>mobile banking</i>	>0,60	0,810	Reliable

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap seluruh variabel di atas, menunjukkan nilai *Crobach's Alpha* > 0,60, sehingga dinyatakan reliable yaitu layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrument kuesioner dalam penelitian ini.

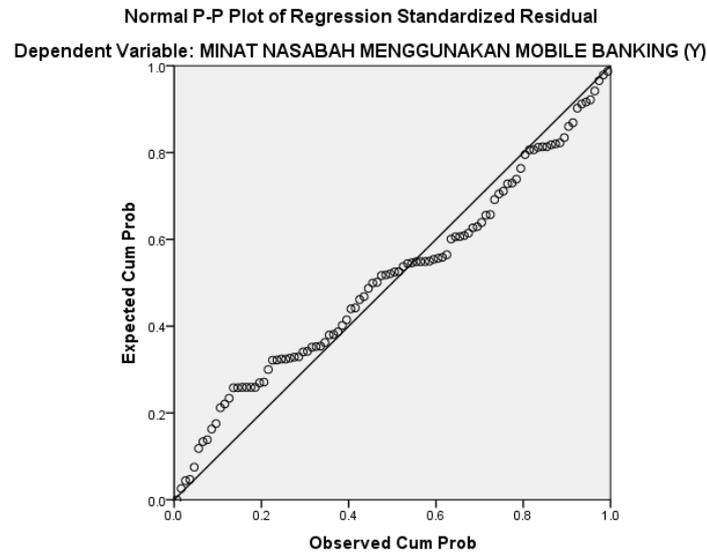
## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang dihasilkan oleh model analisi regresi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksinya melalui *normal probability plot*. Residualnya dinyatakan normal apabila hasil pengujian apabila observasi residual menyebar disekitar garis diagonalnya.

### Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas



Pengujian asumsi normalitas menggunakan *normal probability plot* pengaruh persepsi tentang kesesuaian, risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia KC Tangerang, Bintaro menghasilkan yang ditunjukkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi berdistribusi normal.

#### b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi diantara variabel independent. Multikolinieritas menyatakan hubungan antar sesama variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Deteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam

model regresi dapat dilihat dari besaran VIF (*Variance inflation Factor*) dan *tolerance*. Regresi bebas dari multikolinieritas jika besar nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

**Tabel 4.11**

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
(Constant)	13.683	3.288		4.162	.000		
Persepsi Kesesuaian	.356	.110	.303	3.224	.002	.862	1.160
Persepsi Risiko	.327	.097	.316	3.361	.001	.862	1.160

A. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking

Hasil yang ditunjukkan pada tabel di atas semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

**c. Hasil Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi, jika hasil ini tidak ada gejala autokorelasi, apabila nilai durbin Watson terletak antara du samapai dengan (4-du). Jika  $du < DW < 4-du$ , maka tidak ada gejala autokorelasi. Nilai

du dicari pada distribusi nilai tabel durbin Watson berdasarkan k (jumlah variabel) dan n (jumlah sampel).

**Tabel 4.12**

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.247	4.636	2.036

A. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X2), Persepsi Kesesuaian (X1)

B. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa  $k = 2$  variabel bebas,  $n = 100$  sampel, dengan nilai signifikan 5%. Maka  $du < DW 2.036 < 4-du (2.2848)$ , maka dapat dinyatakan nilai durbin Watson terletak pada  $du$  samapai dengan  $(4-du)$  tidak ada gejala autokorelasi. Maka uji asumsi klasik sudah terpenuhi.

**d. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode uji *glejser*, yaitu dengan meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas diketahui dengan melihat signifikansinya terhadap derajat kepercayaan 5%. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka mengalami heteroskedastisitas.

**Tabel 4.13**

## Hasil Uji Heterokedastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.444	2.402		.185	.854
Prepsi Keseuaian (X1)	.100	.081	.134	1.235	.220
Persepsi Risiko (X2)	.004	.071	.006	.051	.959

A. Dependent Variable: Abs\_Res

Berdasarkan data di atas pada hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel persepsi kesesuaian (X1) memiliki nilai signifikansi (0,220) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikansi (0,959) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kesesuaian (X1) dan persepsi risiko (X2) tidak terjadi heteroskedastisitas.

## D. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (uji statistik t) dan simultan (uji statistik f). dalam penelitian ini Pengaruh Persepsi Kesesuaian dan Risiko terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking*.

**Tabel 4.14**

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.683	3.288		4.162	.000		
Persepsi Kesesuaian (X1)	.356	.110	.303	3.224	.002	.862	1.160
Persepsi Risiko (X2)	.327	.097	.316	3.361	.001	.862	1.160

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

Regresi linier berdasarkan hasil tabel di atas adalah sebagai berikut:

$$Y = 13.683 + 0.356X1 + 0.327X2$$

Persamaan ini menunjukkan hal-hal sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 13.683 mengindikasikan bahwa apabila variabel persepsi tentang kesesuaian, dan risiko bernilai konstan (tidak berubah) maka pengukuran minat nasabah menggunakan *BSI mobile banking* adalah sebesar 13.683.
- b. Koefisien persepsi tentang kesesuaian sebesar 0,356 mengindikasikan bahwa persepsi tentang kesesuaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile*. Hal ini semakin baik persepsi tentang kesesuaian maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *BSI mobile*.
- c. Koefisien persepsi tentang risiko sebesar 0.327 mengindikasikan bahwa persepsi tentang risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI mobile*. Hal ini semakin kecil risiko maka akan meningkatkan minat nasabah menggunakan *BSI mobile*.

## 2. Hasil Uji T (secara parsial)

Pada dasarnya uji t ini digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikan 5%. Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen. Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti tidak ada

pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dan variabel dependen.

**Tabel 4.15**

Hasil Uji T

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.683	3.288		4.162	.000
Persepsi Kesesuaian (X1)	.356	.110	.303	3.224	.002
Persepsi Risiko (X2)	.327	.097	.316	3.361	.001

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

- a. Pengaruh persepsi tentang kesesuaian (X1) terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* (Y)

Dari hasil analisis yang didapat melalui spss, nilai sig. variabel X1 sebesar  $0,002 < 0,05$ . Dan nilai  $t_{hitung} (3,224) > t_{tabel} (1,98847)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh persepsi tentang kesesuaian terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*.

- b. Pengaruh persepsi tentang risiko (X2) terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* (Y)

Dari hasil analisis yang didapat melalui spss, nilai sig. variabel X2 sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dan nilai  $t_{hitung} (3,361) > t_{tabel} (1,98847)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Dapat disimpulkan secara parsial terdapat pengaruh persepsi tentang risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*.

### 3. Hasil Uji F (secara simultan)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang ada dalam model regresi ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut dapat dilihat pada tabel hasil uji f dibawah ini

**Tabel 4.16**

Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	741.592	2	370.796	17.250	.000 <sup>b</sup>
Residual	2084.998	97	21.495		
Total	2826.590	99			

A. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

B. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X2), Persepsi Kesesuaian (X1)

Berdasarkan hasil regresi di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar 0,000. Diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,250 dan nilai  $F_{tabel}$  3,09, sehingga nilai  $F_{hitung} (17,250) > F_{tabel} (3,09)$  dengan nilai signifikan

$0,000 < 0,05$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen ( $X_1$ ) dan ( $X_2$ ) berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

#### 4. Koefisien Determinasi $R^2$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variance variabel dependen. Berikut ini tabel hasil pengujian analisis berganda.

**Tabel 4.17**

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.247	4.636	2.036

A. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko ( $X_2$ ), Persepsi Kesesuaian ( $X_1$ )

B. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking ( $Y$ )

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hasil dari *R Square* adalah sebesar 0,262 atau sebesar 26,2 %. Ini berarti hasil bahwa 26,2 % variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu persepsi kesesuaian dan persepsi risiko. Sedangkan 73,8% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan BSI *mobile* di Kantor Cabang Tangerang, Bintaro.

## **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **1. Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*.**

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel persepsi tentang kesesuaian (X1), diketahui bahwa nilai signifikan (Sig)  $0,002 < 0,05$ . Dan nilai  $t_{hitung} (3,224) > t_{tabel} (1,98847)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi tentang Kesesuaian Berpengaruh Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang relevan yang dilakukan oleh Wayan Asih dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT. BRI”. Dimana hasil penelitian ini yaitu variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikan  $0,015 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 22,330 > t_{tabel} 1,66023$ , maka variabel persepsi kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat menggunakan transaksi non cash pada PT. BRI, sehingga dikatakan selaras dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

### **2. Pengaruh Persepsi tentang Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*.**

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel persepsi tentang risiko, diketahui bahwa nilai signifikan (Sig) sebesar  $0,001 < 0,05$ .

Dan nilai  $t_{hitung}$  (3,361) >  $t_{tabel}$  (1,98847), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. maka dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi tentang risiko berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang relevan yang dilakukan oleh Sonia Devita dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M-Banking PT. BRI Cabang Unit Tanggul Jember”. Dimana hasil penelitian ini yaitu variabel persepsi risiko memiliki nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  3,748 >  $t_{tabel}$  1,660, maka variabel persepsi risiko berpengaruh positif terhadap minat berkelanjutan, sehingga dikatakan selaras dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini.

### **3. Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian, Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*.**

Berdasarkan hasil uji F (simultan) di atas diketahui nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama terhadap  $Y$  adalah sebesar 0,000. Diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,250 dan nilai  $F_{tabel}$  3,09, sehingga nilai  $F_{hitung}$  (17,250) >  $F_{tabel}$  (3,09) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen ( $X$ ) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen ( $Y$ ).

Pengaruh Persepsi tentang Kesesuaian dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*, berdasarkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) Persepsi Kesesuaian, Risiko berpengaruh sebesar 26,2 % dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lainnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan pengaruh persepsi tentang kesesuaian dan risiko terhadap minat nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang, Bintaro. Dari rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bab 1 dan hasil pengujian data yang telah dilakukan serta pembahasan yang telah dipaparkan pada bab IV sebelumnya maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1. Persepsi tentang kesesuaian secara parsial mempunyai hubungan dan berpengaruh kepada minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*, dengan nilai  $t_{hitung} (3,224) > t_{tabel} (1,98847)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
2. Persepsi tentang risiko secara parsial mempunyai hubungan dan berpengaruh kepada minat nasabah menggunakan BSI *mobile*, dengan nilai  $t_{hitung} (3,361) > t_{tabel} (1,98847)$  dan nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima.
3. Persepsi tentang kesesuaian dan risiko secara simultan memiliki nilai signifikan untuk pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y adalah sebesar 0,000. Diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 17,250 dan nilai  $F_{tabel} 3,09$ , sehingga nilai  $F_{hitung} (17,250) > F_{tabel} (3,09)$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka dapat

dinyatakan bahwa variabel independen (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Secara koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan nilai R Square sebesar 0,262 atau 26,2 %. Ini berarti hasil bahwa 26,2 % variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen yaitu persepsi tentang kesesuaian dan risiko. Sedangkan 73,8% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak BSI KC Tangerang, Bintaro.
  - a. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi tentang kesesuaian memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* . Oleh sebab itu, pihak Bank BSI KC Tangerang Bintaro agar kedepannya melakukan pengembangan dan pemeliharaan aplikasi BSI *Mobile* yang dapat menyesuaikan dengan kebutuhan yang mengikuti zaman.
  - b. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi tentang risiko memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*. Oleh sebab itu, pihak Bank BSI KC Tangerang Bintaro agar kedepannya dapat meminimalisir

risiko yang mungkin diterima nasabah seperti gangguan konektivitas ataupun hambatan lainnya (*error system*).

- c. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa persepsi tentang kesesuaian, risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile* secara simultan memiliki pengaruh signifikan. Oleh sebab itu, Bank BSI KC Tangerang Bintaro agar kedepannya mempertahankan nasabahnya dengan adanya layanan BSI *mobile* yang lebih mengedepankan kebutuhan nasabah.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Menimbang dan mengingat bahwa variabel bebas merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *mobile*, maka untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk dapat mempertimbangkan variabel lain yang telah dipakai pada penelitian ini, sehingga dengan begitu hasilnya akan lebih maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Damardi, 2017. *Pengembangan Model dan Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Esthy Dwityanti, 2008. *Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap layanan internet banking mandiri*. Semarang: Uninvestitas Diponorogo.
- Laksana Giga B, 2015. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Administrasi (JAB) Vol. 26 No. 2.
- Hasibuan Malayu, 2008. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haslindan dan M. Jamaluddin, 2017. *Pengaruh Perencanaan Anggaran dan Evaluasi Anggaran terhadap kinerja Organisasi dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating pada Pemerintah Daerah Kabupaten Waj*, Jurnal ilmiah Akuntansi Peradaban, Vol. 11, no. 1
- Ghozali Imam, 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: UNDIP.
- Juliansyah Nor, 2007. *Metodologi penelitian kualitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, 2013 *Panduan Modern Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.

- Kurniawan Robert, 2016. *Analisis Regresi dan Penerapannya Dengan R*. Jakarta: Kencana.
- M. Nur Rianto Al Arif., 2010. *Dasar-dasar pemasaran bank syariah..* Bandung: Alfabeta.
- Nachrowi dan Hadrius Usman, 2002. *Penggunaan Teknik Ekonometri*. Jakarta: Rajawali Perss.
- Nurastuti Wiji, 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Rianto Nur Al-arif, 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bndung: Alfabeta.
- Sakinah Maulidiyah, 2017. *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya*. Surabaya: STIE Perbanas.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni Wiratna, 2015. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pers.
- Sukardi dan Ahmad Santoso, 2013. *Metode Penelitian Presepsi Tindakan Kelas Dan Pengembangannya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Siregar Syofian, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Waridah Ernawati, 2017. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Bmedia.

Yusuf Mitra Mulyana, 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, Dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Took Online Olx.Co.Id.* Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta.

[www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.*

[www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn](http://www.bi.go.id/peraturan/arsip-peraturan/perbankan2004/se-6-8-04dnpn). *Layanan Elektronik Banking.*

<https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu>



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : <sup>130</sup>/F.6-UMJ/X/2021  
Lamp : 1 (satu) bundel  
Hal : Bimbingan Skripsi Mahasiswa

Jakarta, 11 Rabiul Awal 1443 H  
18 Oktober 2021 M

Yth.  
Bapak Moh. Khoirul Anam, M.Ak.  
Dosen Pembimbing Skripsi  
Fakultas Agama Islam UMJ  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum W.W.*

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : SEPTIANA ADAWIAH  
Nomor Pokok : 2018570041  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Judul : *Pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Bapak kami ucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq Walhidayah*  
*Wassalamu'alaikum W.W.*

Wakil Dekan I,  
  
Dr. Suharsiwi, M.Pd.

Tembusan:  
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)  
2. Yth. Ketua Program Studi MPS



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

SEPTIANA ADAWIAH

Nama Mahasiswa : 2018570041  
No. Pokok : Pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Minat Nasabah  
Judul Skripsi : Menggunakan Mobile Banking

Bapak Moh. Khoirul Anam, M.Ak.

Pembimbing : 18 Oktober 2021 s.d. 18 April 2021  
Tgl. Berakhir :

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1	04/10/21	judul REVISI TERBUTUH	- MENAMBAH ISI FOCUS REVISI - VAR X+Y - METODA PENELITIAN - TABEL PERBANDINGAN	[Signature]
2	27/10/21	ABSTRAK	- PERLU MEMBAHAS UNIK DAN PERBANDINGAN	[Signature]
3	02/10/22	ANGKET 2 RIN	- MELAKUKAN REVISI MENURUT	[Signature]
4	10/10/22	REVISI	- REVISI MENURUT	[Signature]
5	17/10/22	ANGKET	- PROSEDUR PENELITIAN DIAJUKAN	[Signature]
6	24/10/22	SAMPUL	BUNYAN REVISI REVISI	[Signature]
7	07/10/22	UJI PERBANDINGAN	REVISI REVISI	[Signature]
8	04/04/22	REVISI REVISI	REVISI REVISI	[Signature]



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : <sup>33</sup> /F.6.-UMJ/V/2022

Jakarta, 29 Syawal 1443 H

Hal : **Permohonan Riset/Penelitian**

30 Mei 2022 M

Kepada Yth.

Pimpinan BSI KC Tangerang Binataro

Blok A1 No.06 Sektor 7, Jl. Jendral Sudirman Pd.Jaya, Pd. Aren, Tangerang Selatan

*Assalamu'alaikum W. W.*

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : SEPTIANA ADAWIAH  
Nomor Pokok : 2018570041  
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 7 September 2000  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (SI)  
No. HP : 088224854069

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Riset/Penelitian tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

*"Pengaruh Persepsi Kesesuaian dan Risiko terhadap Minat Nasabah  
Menggunakan Mobile Banking"*

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq walhidayah  
Wassalamu'alaikum W. W.*

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan I,  
  
Suharsiwati, M.Pd.

Tembusan:  
Dekan (Sebagai Laporan)

21 Juli 2022  
No. 22/857-3/099

Kepada Yth.  
**Fakultas Agama Islam**  
**Universitas Muhammadiyah Jakarta**

PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk  
KC Tangerang - Bintaro  
Ruko Bintaro Trade Center  
Blok A1 No. 5-8  
Jl. Jend. Sudirman Bintaro Sektor VII  
Pondok Aren, Tangerang Selatan  
T : +62 21 745 0120, 745 3301  
F : +62 21 745 0116  
[www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)

Perihal: **SURAT KETERANGAN RISET SKRIPSI**

Assalaamu'alaikum Wr. Wb.

Semoga Bapak/Ibu beserta keluarga besar Dekan Fakultas Agama Islam senantiasa dalam keadaan sehat wal'afiat serta mendapat taufik dan hidayah dari Allah SWT.

Sehubungan dengan telah berakhirnya pelaksanaan Riset Skripsi di Bank Syariah Indonesia KC Bintaro atas nama sebagai berikut:

Nama : Septiana Adawiah  
NIM: 2018570041  
Jurusan: Perbankan Syariah  
Fakultas: Agama Islam

Dengan ini mahasiswa ybs. telah menyelesaikan penelitian skripsi di cabang Bintaro dengan judul "Pengaruh Persepsi Kesesuaian, Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking" pada PT Bank Syariah Indonesia KC Bintaro

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb.

PT BANK SYARIAH INDONESIA  
CABANG BINTARO

**BSI** BANK SYARIAH  
INDONESIA  
KC Tangerang - Bintaro

Ageng Nafizah Puspita  
Branch Operation & Service Manager

**Lampiran 5 : Instumen Penelitian**

**KUESIONER PENELITIAN**

**Pengaruh Persepsi Kesesuaian, Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking***

**(Studi Kasus Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Tangerang, Bintaro)**

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Septiana Adawiah, mahasiswa tingkat akhir S1 program studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi tentang Pengaruh Persepsi Kesesuaian, Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia cabang Tangerang, Bintaro. maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini secara lengkap. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian dan kerahasiaannya kan dijaga. Atas bantuan dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat saya,

Septiana Adawiah

### PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pertanyaan dengan teliti
2. Berilah tanda **ceklis** pada salah satu jawaban yang sesuai dengan situasi dan pilihan anda dengan keterangan pilihan jawaban:

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

N = Netral diberi skor 3

S = Setuju diberi skor 4

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

### IDENTITAS PENGISIAN

Nama Responden :

Jenis Kelamin :  Pria  Wanita

Usia  17-25 tahun  
 26-35 tahun  
 36-45 tahun  
 46-60 tahun

Pekerjaan  Mahasiswa/pelajar  
 Pegawai Negeri  
 Pegawai Swasta  
 Wirausaha  
 Ibu Rumah Tangga  
 Lainnya, sebutkan.....

Pendidikan terakhir  SMP  SMA  Diploma  
 Sarjana

Apakah anda memiliki Tabungan BSI :  Ya  Tidak

Apakah anda memiliki BSI *Mobile* :  Ya  Tidak

Apakah anda sudah Melakukan transaksi

Melalui aplikasi *BSI Mobile*

3-5 kali

5-10 kali

> 10 kali

**Variabel Persepsi Kesesuaian (X1)**

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya melakukan transaksi melalui <i>BSI Mobile</i> karena adanya kebutuhan transaksi					
2	Saya melakukan pemenuhan kebutuhan sehari-hari melalui fitur yang berada di <i>BSI Mobile</i>					
3	Saya jarang menggunakan <i>BSI Mobile</i> karena lebih mudah datang langsung ke bank					
4	Transaksi menggunakan <i>BSI Mobile</i> dilakukan untuk mendukung gaya hidup yang tinggi					
5	Saya merasa bahwa dengan adanya fitur <i>BSI Mobile</i> sangat sesuai dengan gaya hidup					
6	Transaksi di <i>BSI Mobile</i> cenderung disesuaikan dengan adanya keinginan bertransaksi					
7	Saya merasa puas karena fitur yang ada di <i>BSI Mobile</i> selalu diperbaharui sesuai keinginan bertransaksi					

**Variabel Persepsi Risiko (X2)**

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5

		STS	TS	N	S	SS
1	Ada risiko tertentu yang harus saya tanggung dalam melakukan transaksi melalui BSI <i>Mobile</i>					
2	Menurut saya, bertransaksi melalui BSI <i>Mobile</i> memiliki risiko tinggi					
3	Saya tetap menggunakan BSI <i>Mobile</i> meskipun dibutuhkan kuota internet saat mengoperasikannya					
4	Menurut saya transaksi melalui BSI <i>Mobile</i> belum tentu memiliki keamanan yang tinggi					
5	Saya sangat berhati-hati menggunakan BSI <i>Mobile</i> karena mudah disadap					
6	Saya tetap menggunakan BSI <i>Mobile</i> meskipun banyak berita tentang pencurian data dan uang					
7	Saya tetap menggunakan BSI <i>Mobile</i> meskipun memerlukan data pribadi saat registrasi					
8	Saya merasa bahwa keputusan untuk melakukan transaksi BSI <i>Mobile</i> berisiko					
9	Saya merasa aman menggunakan BSI <i>Mobile</i> dengan sistem transaksi yang tersedia					

#### Variabel Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile* (Y)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i>					

	karena mudah untuk mengaksesnya					
2	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena banyak fitur layanan yang tersedia					
3	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya					
4	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i> karena membuat transaksi lebih mudah					
5	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat digunakan di mana saja dan kapan saja.					
6	Saya tidak ingin lagi menggunakan <i>mobile banking</i> karena sistem harus selalu di <i>update</i>					
7	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> setelah mencari tahu pada web resmi bank					
8	Saya banyak bertanya kepada teman mengenai <i>mobile banking</i>					
9	Saya tidak memiliki rasa ingin tahu mengenai <i>mobile banking</i>					

PERSEPSI KESESUAIAN								
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL XI
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	4	4	4	4	4	28
3	5	5	5	5	5	4	5	34
4	5	3	5	5	3	4	4	29
5	4	4	4	4	4	4	5	29
6	4	5	4	5	4	4	4	30
7	5	5	5	5	5	5	5	35
8	3	3	3	3	3	3	3	21
9	5	5	4	5	5	5	5	34
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	4	4	1	4	4	1	4	22

12	4	3	2	3	4	4	4	24
13	5	5	4	4	3	5	5	31
14	5	4	1	3	4	4	3	24
15	5	2	4	3	3	4	4	25
16	5	4	2	4	5	5	4	29
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	3	2	4	4	4	4	25
19	4	3	2	3	4	4	5	25
20	5	2	1	1	1	5	4	19
21	4	4	4	5	4	5	5	31
22	5	4	2	3	4	3	4	25
23	5	3	3	3	4	4	4	26
24	4	5	1	4	3	4	4	25
25	5	4	2	2	3	3	3	22
26	4	4	3	3	4	4	5	27
27	3	3	1	4	3	3	5	22
28	5	5	1	4	4	4	3	26
29	4	5	2	1	5	4	5	26
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	3	2	3	3	3	3	21
32	4	3	3	3	3	4	4	24
33	4	4	2	2	3	3	4	22
34	5	5	1	3	5	5	5	29
35	5	4	1	1	3	4	4	22
36	4	4	3	2	3	4	4	24
37	4	4	2	2	2	4	4	22
38	5	3	5	5	5	5	5	33
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	5	5	1	5	5	5	5	31
42	3	4	2	3	4	3	3	22
43	3	3	2	3	4	4	4	23
44	5	5	2	3	4	4	4	27
45	5	4	1	4	3	5	3	25
46	5	4	2	5	4	5	4	29
47	3	3	3	3	3	3	3	21
48	4	3	2	3	3	4	3	22
49	5	4	5	5	5	4	5	33
50	5	5	2	3	4	5	5	29

51	5	5	1	4	5	5	5	30
52	3	3	3	3	3	3	3	21
53	5	4	2	4	5	4	4	28
54	5	5	2	5	5	5	5	32
55	5	4	3	3	4	4	4	27
56	5	5	1	4	5	5	5	30
57	5	2	1	1	5	5	5	24
58	4	3	3	2	3	3	3	21
59	5	3	1	2	2	2	2	17
60	3	1	4	1	2	3	2	16
61	3	2	2	1	4	4	4	20
62	5	4	2	2	4	4	5	26
63	4	2	2	1	2	4	4	19
64	5	3	2	3	4	5	5	27
65	5	4	3	3	5	3	5	28
66	4	4	3	4	3	3	4	25
67	4	4	1	4	4	4	4	25
68	1	1	1	2	3	3	2	13
69	4	4	4	3	3	4	4	26
70	4	3	2	1	2	2	4	18
71	5	5	1	3	5	5	5	29
72	4	4	3	4	4	4	5	28
73	5	3	1	2	3	4	4	22
74	4	3	2	2	4	4	4	23
75	5	3	2	1	3	4	3	21
76	5	5	1	4	4	4	4	27
77	5	3	2	3	4	4	3	24
78	5	4	1	4	4	4	3	25
79	4	3	2	2	4	4	4	23
80	5	3	1	4	5	5	4	27
81	3	2	2	4	4	3	4	22
82	2	3	2	4	4	4	4	23
83	5	3	2	4	5	5	4	28
84	5	2	2	1	4	5	4	23
85	1	1	1	2	2	3	3	13
86	4	4	4	4	4	4	4	28
87	3	3	3	3	3	3	3	21
88	3	3	3	4	4	3	3	23
89	3	3	3	3	3	3	3	21

90	4	3	2	3	3	4	3	22
91	4	3	4	2	3	4	4	24
92	4	3	3	1	3	3	3	20
93	3	3	3	3	3	3	3	21
94	4	4	3	3	3	5	5	27
95	5	4	2	4	4	4	5	28
96	5	4	5	4	5	4	4	31
97	5	5	5	4	5	3	5	32
98	3	3	3	3	3	3	3	21
99	5	4	2	1	4	5	4	25
100	5	5	5	3	3	4	4	29

PERSEPSI RISIKO										
NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL X2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	2	3	4	3	2	4	4	2	4	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	3	3	3	2	4	4	3	4	30
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	3	1	4	2	2	3	3	2	3	23
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
11	2	4	4	2	4	4	4	4	4	32
12	3	3	4	3	3	3	4	3	3	29
13	5	3	5	5	4	4	3	4	3	36
14	3	2	4	3	3	4	4	3	4	30
15	5	4	5	3	4	3	4	2	4	34
16	3	2	4	5	2	4	4	2	5	31
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
18	3	3	3	3	2	3	3	3	4	27
19	3	2	4	3	1	3	4	3	4	27
20	5	3	5	5	5	5	5	1	4	38
21	4	3	4	4	5	4	4	4	4	36
22	3	3	4	2	2	4	5	3	4	30
23	2	2	4	4	3	3	4	3	4	29
24	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
25	3	2	4	2	2	4	4	2	4	27

26	4	2	4	3	3	4	4	2	4	30
27	1	1	5	2	1	4	4	1	5	24
28	3	3	5	3	3	3	4	3	3	30
29	3	2	5	1	1	4	5	3	5	29
30	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
31	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
32	3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
33	4	3	4	3	4	4	4	3	4	33
34	3	3	5	2	3	5	5	3	5	34
35	4	3	4	3	3	3	4	4	4	32
36	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
37	2	1	4	2	1	4	4	2	4	24
38	3	1	5	1	1	5	5	5	5	31
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	3	1	4	4	4	4	4	4	4	32
41	3	1	5	1	2	4	1	1	5	23
42	3	3	4	3	4	4	3	3	3	30
43	3	2	2	2	3	3	4	1	4	24
44	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
45	5	3	5	5	5	4	4	5	4	40
46	5	2	5	2	4	4	5	4	5	36
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
48	3	3	4	3	3	3	4	3	3	29
49	5	3	3	5	3	3	4	3	3	32
50	5	5	5	2	3	4	5	3	4	36
51	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
52	2	3	3	3	2	3	3	3	3	25
53	3	2	4	2	1	3	2	1	4	22
54	4	2	5	2	2	5	3	2	5	30
55	4	3	4	3	4	4	4	4	5	35
56	4	2	5	2	3	5	5	2	5	33
57	1	1	3	1	3	3	5	1	5	23
58	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
59	5	2	4	3	3	3	4	2	4	30
60	3	4	1	4	4	1	2	2	2	23
61	2	2	3	3	2	4	3	2	4	25
62	2	2	4	2	2	4	4	2	4	26
63	2	2	4	2	4	4	4	4	5	31
64	4	3	4	3	2	4	4	2	4	30

65	3	3	4	2	2	4	4	3	5	30
66	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
68	3	3	3	2	3	3	3	2	3	25
69	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
70	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32
71	2	2	4	2	2	5	5	2	4	28
72	3	2	3	2	2	2	3	3	4	24
73	4	3	4	3	3	2	4	3	3	29
74	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
75	4	1	4	4	4	4	4	3	4	32
76	3	3	5	3	5	4	5	3	4	35
77	4	4	4	4	5	4	4	4	3	36
78	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
79	4	3	4	4	5	3	5	2	4	34
80	4	2	5	2	4	3	4	4	4	32
81	3	2	3	3	3	3	4	3	4	28
82	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
83	2	1	5	2	3	2	5	4	5	29
84	4	3	4	3	5	2	4	3	3	31
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
90	2	2	4	2	1	2	3	1	5	22
91	4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
92	3	2	3	2	3	3	3	3	3	25
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
94	3	3	4	2	2	3	3	2	4	26
95	3	2	4	3	3	4	4	2	4	29
96	4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
97	3	4	4	5	5	4	4	4	4	37
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
99	3	2	5	2	3	3	3	2	4	27
100	5	4	4	4	3	3	3	4	5	35

MINAT NASABAH MENGGUNAKAN <i>MOBILE BANKING</i>										
NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL Y



40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	5	5	5	5	5	1	4	2	1	33
42	4	3	4	3	4	2	3	3	4	30
43	5	5	5	5	5	2	3	3	3	36
44	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
45	5	5	5	5	5	2	3	4	1	35
46	5	5	4	5	5	2	4	5	1	36
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
48	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
49	3	3	5	5	5	3	4	5	1	34
50	5	4	5	5	5	3	5	5	3	40
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
52	4	4	4	4	4	3	3	2	2	30
53	4	4	4	4	4	1	2	3	2	28
54	5	5	5	5	5	5	5	2	2	39
55	5	4	5	5	4	3	4	3	3	36
56	5	5	5	5	5	5	5	2	1	38
57	5	5	5	5	5	1	5	2	1	34
58	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
59	3	3	3	3	4	2	3	2	2	25
60	2	2	2	2	2	2	2	3	2	19
61	5	4	4	5	5	2	4	3	2	34
62	4	4	4	4	4	2	4	3	2	31
63	5	3	4	5	5	2	4	5	4	37
64	4	4	4	4	4	2	5	2	2	31
65	5	5	5	5	5	2	4	2	2	35
66	4	4	4	4	4	2	4	4	3	33
67	4	4	4	4	4	4	4	1	2	31
68	3	3	4	4	4	3	3	4	3	31
69	4	4	4	3	3	3	3	4	3	31
70	4	3	4	4	4	3	3	3	3	31
71	5	5	5	5	5	1	5	5	1	37
72	5	4	4	5	5	3	3	3	2	34
73	4	4	4	4	5	1	2	3	1	28
74	5	5	5	5	5	2	5	3	1	36
75	4	4	4	3	3	3	5	3	1	30
76	5	4	5	5	5	1	3	3	2	33
77	5	3	4	4	5	2	3	3	2	31
78	5	4	4	4	4	3	2	2	3	31

79	4	4	4	5	5	2	2	2	4	32
80	5	5	5	4	5	1	2	4	1	32
81	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33
82	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
83	4	5	5	5	5	2	5	2	2	35
84	4	4	4	4	2	1	1	2	1	23
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
90	5	5	5	5	5	2	3	3	3	36
91	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
92	3	3	5	3	3	3	3	3	3	29
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
94	5	5	5	5	5	2	4	3	3	37
95	5	4	3	4	5	2	3	3	2	31
96	5	5	5	4	3	4	4	4	4	38
97	4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	5	4	5	4	5	3	4	2	2	34
100	5	5	4	4	4	3	3	4	4	36

### Frequency Table

#### JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	17	17.0	17.0	17.0
	WANITA	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**USIA**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	94	94.0	94.0	94.0
	25-35 tahun	3	3.0	3.0	97.0
	36-45 tahun	1	1.0	1.0	98.0
	46-60 tahun	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**MBANKING**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3-5 kali	34	34.0	34.0	34.0
	5-10 kali	11	11.0	11.0	45.0
	> 10 kali	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**PEKERJAAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	mahasiswa/pelajar	69	69.0	69.0	69.0
	pegawai negeri	4	4.0	4.0	73.0
	pegawai swasta	23	23.0	23.0	96.0
	IRT	2	2.0	2.0	98.0
	Lainnya	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**PENDIDIKAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	67	67.0	67.0	67.0
	DIPLOMA	2	2.0	2.0	69.0

SARJANA	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

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

## Variabel Persepsi Risiko (X2)

### Correlations

		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Total Skor
Item 1	Pearson Correlation	1	.533**	.314**	.534**	.546**	.257**	.239*	.445**	.071	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.010	.017	.000	.484	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 2	Pearson Correlation	.533**	1	.042	.597**	.565**	.157	.153	.510**	-.141	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.681	.000	.000	.120	.129	.000	.163	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 3	Pearson Correlation	.314**	.042	1	.043	.180	.575**	.496**	.237*	.552**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.001	.681		.673	.073	.000	.000	.017	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 4	Pearson Correlation	.534**	.597**	.043	1	.643**	.186	.164	.484**	-.127	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.673		.000	.064	.104	.000	.208	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 5	Pearson Correlation	.546**	.565**	.180	.643**	1	.180	.294**	.547**	-.070	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.073	.000		.074	.003	.000	.487	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 6	Pearson Correlation	.257**	.157	.575**	.186	.180	1	.531**	.267**	.528**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.010	.120	.000	.064	.074		.000	.007	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 7	Pearson Correlation	.239*	.153	.496**	.164	.294**	.531**	1	.326**	.496**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.017	.129	.000	.104	.003	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 8	Pearson Correlation	.445**	.510**	.237*	.484**	.547**	.267**	.326**	1	.089	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.017	.000	.000	.007	.001		.379	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 9	Pearson Correlation	.071	-.141	.552**	-.127	-.070	.528**	.496**	.089	1	.345**



Item 6	Pearson Correlation	.001	.097	.088	-.008	-.040	1	.411**	.408**	.626**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.995	.339	.382	.935	.690		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 7	Pearson Correlation	.297**	.374**	.402**	.419**	.391**	.411**	1	.433**	.249*	.696**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.012	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 8	Pearson Correlation	.075	.116	.188	.191	.144	.408**	.433**	1	.505**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.459	.250	.061	.057	.152	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 9	Pearson Correlation	-.002	.018	.025	.028	-.034	.626**	.249*	.505**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.983	.860	.805	.778	.739	.000	.012	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Skor	Pearson Correlation	.681**	.717**	.732**	.745**	.682**	.529**	.696**	.578**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	7

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	9

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	9

## REGRESSION

	Mean	Std. Deviation	N
MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)	32.79	5.343	100
PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	25.39	4.546	100
PERSEPSI RISIKO (X2)	30.76	5.152	100

		MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)	PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	PERSEPSI RISIKO (X2)
Pearson Correlation	MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)	1.000	.420	.428
	PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.420	1.000	.371
	PERSEPSI RISIKO (X2)	.428	.371	1.000

Sig. (1-tailed)	MINAT NASABAH			
	MENGGUNAKAN MOBILE		.000	.000
	BANKING (Y)			
	PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.000		.000
	PERSEPSI RISIKO (X2)	.000	.000	
N	MINAT NASABAH			
	MENGGUNAKAN MOBILE	100	100	100
	BANKING (Y)			
	PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	100	100	100
	PERSEPSI RISIKO (X2)	100	100	100

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	PERSEPSI RISIKO (X2), PERSEPSI KESESUAIAN (X1) <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH  
MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.247	4.636	2.036

A. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X2), Persepsi Kesesuaian (X1)

B. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	741.592	2	370.796	17.250	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2084.998	97	21.495		
	Total	2826.590	99			

A. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

B. Predictors: (Constant), Persepsi Risiko (X2), Persepsi Kesesuaian (X1)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	13.683	3.288				4.162
PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.356	.110	.303	3.224	.002	.862	1.160
PERSEPSI RISIKO (X2)	.327	.097	.316	3.361	.001	.862	1.160

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	PERSEPSI KESESUAIAN	PERSEPSI RISIKO
					(X1)	(X2)
1	1	2.968	1.000	.00	.00	.00
	2	.018	12.695	.03	.87	.46
	3	.013	15.050	.97	.13	.53

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

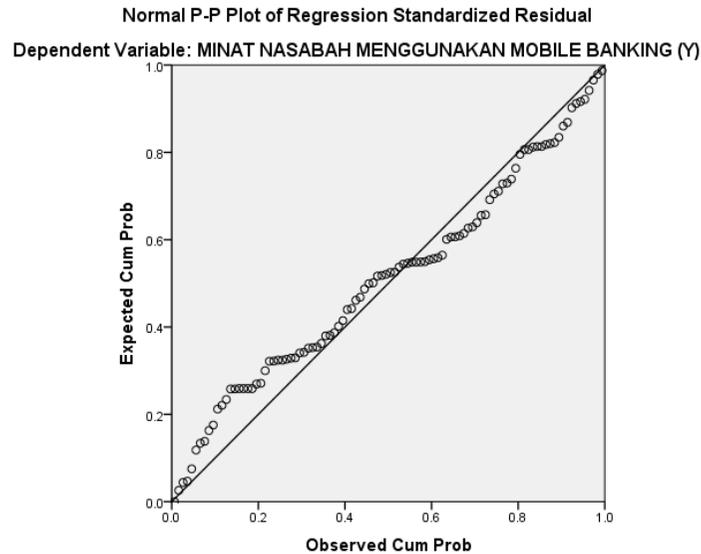
**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.49	40.87	32.79	2.737	100
Std. Predicted Value	-2.300	2.953	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.468	1.605	.758	.267	100
Adjusted Predicted Value	26.07	40.41	32.77	2.713	100
Residual	-27.502	10.376	.000	4.589	100
Std. Residual	-5.932	2.238	.000	.990	100
Stud. Residual	-6.020	2.321	.002	1.010	100
Deleted Residual	-28.325	11.161	.021	4.776	100
Stud. Deleted Residual	-7.567	2.376	-.012	1.114	100
Mahal. Distance	.018	10.881	1.980	2.376	100
Cook's Distance	.000	.361	.014	.044	100
Centered Leverage Value	.000	.110	.020	.024	100

a. Dependent Variable: Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Y)

## Lampiran 7 : Data Hasil Pengujian Persyaratan Analisis

### Hasil Uji Normalitas



### Hasil Uji Multikolinieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	13.683	3.288		4.162	.000		
PERSEPSI KESESUAIAN	.356	.110	.303	3.224	.002	.862	1.160
PERSEPSI RISIKO	.327	.097	.316	3.361	.001	.862	1.160

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

### Hasil Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.247	4.636	2.036

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI RISIKO (X2), PERSEPSI KESESUAIAN (X1)

b. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

### Hasil Uji Heterokedastisitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.444	2.402		.185	.854
	PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.100	.081	.134	1.235	.220
	PERSEPSI RISIKO (X2)	.004	.071	.006	.051	.959

**Lampiran 8 : Data Hasil Pengujian Hipotesis**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.683	3.288		4.162	.000		
PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.356	.110	.303	3.224	.002	.862	1.160
PERSEPSI RISIKO (X2)	.327	.097	.316	3.361	.001	.862	1.160

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

**Hasil Uji T**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.683	3.288		4.162	.000
PERSEPSI KESESUAIAN (X1)	.356	.110	.303	3.224	.002
PERSEPSI RISIKO (X2)	.327	.097	.316	3.361	.001

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

**Hasil Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	741.592	2	370.796	17.250	.000 <sup>b</sup>
Residual	2084.998	97	21.495		
Total	2826.590	99			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

b. Predictors: (Constant), PERSEPSI RISIKO (X2), PERSEPSI KESESUAIAN (X1)

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.512 <sup>a</sup>	.262	.247	4.636	2.036

a. Predictors: (Constant), PERSEPSI RISIKO (X2), PERSEPSI KESESUAIAN (X1)

b. Dependent Variable: MINAT NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)

