

PENGARUH MOTIVASI HEDONIK, KEAMANAN, DAN
MANFAAT TERHADAP MINAT MAHASISWA FEBI IAIN
PONOROGO MENGGUNAKAN BSI *MOBILE*

SKRIPSI



Oleh:

Martina Dwi Nur Halimah

NIM 402180168

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2022

Abstrak

Halimah, Martina Dwi Nur. 2022. "Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*". Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Hanik Fitriani, M.E.Sy.

Kata Kunci: Motivasi Hedonik, Keamanan, Manfaat, Minat

Salah satu teknologi informasi pada perbankan syariah yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* dari bank syariah Indonesia yaitu BSI *mobile*. Dari teori dan beberapa hasil observasi mengenai motivasi hedonik, keamanan dan manfaat terhadap minat menggunakan BSI *mobile* terdapat kesenjangan, pada teori dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi hedonik, keamanan dan manfaat maka akan menjadikan minat menggunakan BSI *mobile* menjadi meningkat. Namun fakta lapangan menyebutkan bahwa tingkat keamanan dan manfaat yang terdapat pada di fitur BSI *mobile* tidak menjadikan mahasiswa berminat untuk menggunakan BSI *mobile* karena terdapat faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, yakni kurangnya kepuasan mahasiswa dengan fitur yang ada pada BSI *mobile*.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis minat mahasiswa menggunakan BSI Mobile khususnya pada mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. Dengan menggunakan variabel motivasi hedonik, keamanan dan manfaat sebagai variabel independen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 76 mahasiswa. Teknik analisis data yang digunakan dalam menjawab rumusan masalah menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 20.

Hasil analisis ditemukan bahwa variabel motivasi hedonik memperoleh nilai T_{hitung} sebesar $13,875 > 1,995$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, variabel keamanan memiliki nilai T_{hitung} sebesar $12,144 > 1,995$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima, variabel manfaat mendapatkan nilai T_{hitung} sebesar $15,800 > 1,995$ maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dan uji F secara bersamaan variabel motivasi hedonik, keamanan dan manfaat memiliki nilai F_{hitung} sebesar $100,486 > 2,73$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Dari hasil uji t diemukan bahwa variabel yang paling berpengaruh dalam menggunakan BSI Mobile yakni variabel manfaat dengan nilai T_{hitung} sebesar 15,800. Artinya variabel motivasi hedonik, keamanan dan manfaat secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*. sedangkan secara simultan (bersamaan) motivasi hedonik, keamanan dan manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul
1	Martina Dwi Nur Halimah	402180168	Perbankan Syariah	Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 30 Maret 2023

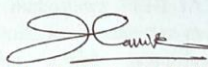
Mengetahui,
Kepala Jurusan Perbankan Syariah



Muhtadin Amri, M.S.AK.
NIP. 198907102018011001



Menyetujui,



Hanik Fitriani, M.E.Sy.
NIP. 199104242020122028



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

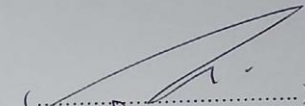
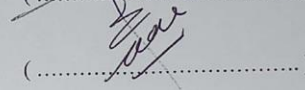
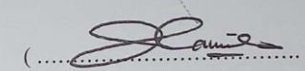
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*
Nama : Martina Dwi Nur Halimah
NIM : 402180168
Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah.

Dewan penguji:

Ketua Sidang :
Dr. Aji Damanuri, M.E.I
NIP 197506022002121003
Penguji I :
Dr. H. Ely Masykuroh, M.SI
NIP 197202111999032003
Penguji II :
Hanik Fitriani, M.E.Sy
NIP 199104242020122028

()
()
()

Ponorogo, April 2023
Mengesahkan,
Dekan FEBI IAIN Ponorogo

()
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 19720714200031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertandatangan dibawah ini:

Nama : Martina Dwi Nur Halimah

NIM : 402180168

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*

Menyatakan bahwa naskah skripsi/tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen Pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 19 Mei 2023

Martina Dwi Nur Halimah
402180168

IAIN
PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya bertandatangan di bawah ini:

Nama : Martina Dwi Nur Halimah

NIM : 402180168

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 20 Maret 2023

Pembuat Pernyataan



Martina Dwi Nur Halimah

NIM 402180168

MOTTO

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu”¹

(QS. At-Takatsur (102):1)



¹ Mohammad Zuhri, “*terjemah JUZ ‘AMMA*”, (Pustaka Amani: Jakarta, 2007), 38.

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Pembahasan	10

BAB II. LANDASAN TEORI	11
A. Deskripsi Teori	11
B. Kajian Pustaka.....	22
C. Kerangka Pemikiran	37
D. Hipotesis	40
BAB III. METODE PENELITIAN	44
A. Rancangan Penelitian	44
B. Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional	44
C. Lokasi Dan Periode Penelitian	47
D. Populasi Dan Sampel	47
E. Jenis Dan Sumber Data	48
F. Metode Pengumpulan Data	49
G. Instrumen Penelitian	50
H. Validitas Dan Realibilitas Instrumen	52
I. Teknik Pengolahan Dan Analisis Data	53
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA	54
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	54
B. Hasil Pengujian Instrumen	58
C. Hasil Pengujian Deskriptif	61
D. Hasil Pengujian Hipotesis	69
E. Pembahasan	83
1. Pengaruh Motivasi Hedonik Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	83

2. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	85
3. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	86
4. Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	88
BAB V. PENUTUP	89
A. Kesimpulan	89
1. Pengaruh Motivasi Hedonik Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	89
2. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	89
3. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	89
4. Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI <i>Mobile</i>	90
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi pada era *digital* seperti ini memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap penggunaannya. Dalam hal ini teknologi juga membantu aktivitas pada berbagai sektor seperti pendidikan, sosial, perekonomian, perbankan, bisnis, pertahanan (keamanan), bahkan pada sektor budaya. Pada sektor perekonomian ataupun perbankan, teknologi dapat membantu aktivitas agar lebih mudah dikerjakan. Dalam sektor perbankan, teknologi digunakan dalam kegiatan transaksi salah satunya yaitu kegiatan transaksi online menggunakan suatu aplikasi. Hadirnya teknologi seperti ini dapat mempermudah nasabah dalam transaksinya dari rumah atau dari mana saja dengan menggunakan jaringan internet (secara *online*). Salah satu teknologi informasi pada perbankan syariah yaitu *mobile banking* yang dapat menarik para nasabah untuk menggunakan sebagai fasilitas layanan pendukung pada aktivitas berbagai lapisan masyarakat. Sehingga *mobile banking* ini dapat dimanfaatkan guna mempermudah pelayanan nasabah dalam bertransaksi online. Akselerasi digital juga mendorong BSI fokus untuk mengembangkan bisnis.¹

¹ BSI, “Pasca Single System, BSI Yakin Kinerja dan Aset Perusahaan Akan Semakin Besar”, diakses pada 04/11/2021 pukul 11:16, <https://www.bankbsi.co.id>

Hal tersebut juga ditunjukkan dengan kenaikan transaksi pada September 2021 melalui *e-channel* yang mencapai 162,40 juta transaksi (95% transaksi) di BSI sudah menggunakan *e-channel*.² Kenaikan transaksi ini disebabkan oleh motivasi nasabah yang berbeda-beda, sehingga memunculkan minat untuk menggunakan teknologi *mobile banking* yakni BSI *Mobile*. Motivasi diartikan juga sebagai dorongan untuk melakukan suatu perilaku yang akan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapannya. Motivasi ini biasanya didasari oleh kebutuhan, keinginan serta harapan yang tidak terpenuhi sehingga hal tersebut menimbulkan ketegangan.³ Asnawi mengatakan bahwa hedonik adalah sebuah keadaan di mana seseorang mencari kesenangan dan menghindari kesakitan atau kesedihan. Hedonik sendiri merupakan hal yang biasanya dilakukan oleh seseorang bertujuan untuk sesuatu yang sangat tinggi dalam memaksimalkan rasa senang dan menghibur diri.⁴

Motivasi hedonik mengutamakan tingkat kesenangan yang didapat dari menggunakan layanan *M-Banking*. Sehingga hedonik identik terhadap orang-orang yang sangat mengutamakan hal yang dianggap baru contohnya adalah penggunaan *M-Banking*. Mereka dapat merasakan bahwa bertransaksi perbankan tidak hanya transaksi manual namun

² *Ibid.*

³ Clarashita Amarta, "Pengaruh Atribut Hotel Dan Motivasi Hedonik Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Hyatt Yogyakarta", *jurnal pemasaran*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2016), 2.

⁴ Asnawi, "*Teori Motivasi*", (Jakarta: Studia Press. 2002), 50.

dengan sebuah teknologi canggih yang mereka peroleh melalui smartphone mereka sudah dapat bertransaksi.⁵

Bank juga memberikan keamanan dan perlindungan data nasabah dari kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. *Mobile banking* dapat digunakan di jaringan multi operator seperti Indosat, Telkomsel, Three dan jaringan lainnya. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat digunakan nasabah dengan telepon genggam melalui menu pada kartu SIM (*Subscriber Identity Module*).

Keuntungan menggunakan layanan mobile banking adalah dapat mempermudah pekerjaan, menambah pengetahuan, mempercepat penggunaan dan mempengaruhi kinerja. Pelanggan menggunakan layanan mobile banking karena dapat mempercepat waktu proses transaksi. Di sisi lain, meskipun mobile banking bermanfaat bagi nasabah bank, *mobile banking* juga memiliki sisi negatif yang perlu diwaspadai oleh pengguna. Salah satunya adalah banyaknya kejahatan dunia internet, seperti pembobolan layanan perbankan online, peretasan oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Aplikasi *mobile banking* juga menawarkan berbagai layanan dalam aplikasinya, seperti: Informasi rekening (cek, transfer), pembayaran online (PLN, telekomunikasi, akademik, tiket, asuransi), pembelian (kupon seluler, kupon PLN), BSM panggilan, jadwal sholat.⁶

⁵ Yonatan Ary Setiawan, "Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Kebiasaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA Surabaya Yang Dimediasi Intensi Menggunakan", *Skripsi*, STIE Perbanas: Surabaya, 2018, 25.

⁶ Wiji Nur Astuti, *Teknologi Perbankan* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 110.

Aplikasi BSI *Mobile* terpilih sebagai mobile banking terbaik dalam kategori perbankan komersial Syariah. Infobank Digital Brand Awards 2022 mengapresiasi kerja keras BSI dalam mengembangkan industri perbankan syariah yang berkemampuan digital di Indonesia. Sejak awal, strategi BSI berfokus pada digitalisasi dan digitalisasi produk dan layanan untuk seluruh nasabahnya pasca merger tiga bank syariah BUMN pada 1 Februari 2021 serta kemampuan mengelola pertumbuhan laba dan efisiensi BSI. Di tahun pertama setelah merger tahun lalu, BSI berhasil berbalik arah dengan membukukan laba bersih Rp 3,030 miliar, naik 38,42% *year on year*. Pencapaian yang mengesankan ini sejalan dengan kegigihan BSI dalam membangun pondasi, transformasi digital, dan mengembangkan lingkungan halal di Indonesia. Perusahaan terus berinovasi dalam implementasi perubahan. Hal itu tercermin dari keseriusan menggarap kanal digital dan elektronik BSI *Mobile*. Pada Desember 2021, secara kumulatif transaksi BSI *Mobile* mencapai 124,54 juta transaksi, meningkat sekitar 169% dibandingkan tahun sebelumnya.⁷

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan peneliti menunjukkan fakta bahwa masih terdapat 30 mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Angkatan 2018 yang mengalami kendala dalam bertransaksi BSI *Mobile*. Kemudian, mahasiswa lain juga memaparkan bahwa BSI *Mobile* masih kurang dalam fitur-fitur pelayanan yang ada dalam aplikasi tersebut.

⁷ BSI, “*Terus Bertransformasi Digital, BSI Raih Penghargaan Mobile Banking Syariah Terbaik*”, diakses pada 15/05/2022 pukul 08:35, <https://www.bankbsi.co.id>

Salah satunya yakni BSI *mobile* belum lengkap dalam layanan fitur pembayaran *marketplace* pada menu *e-commerce*.

Model TAM atau *technology acceptance model* dikembangkan oleh Davis F.D (1989), dan menjelaskan tentang sebuah pemakai teknologi yang dimudahkan dalam menggunakannya. Adopsi teori ini mengenai sebuah faktor yang digunakan dalam memberikan sebuah analisis dalam penggunaan teknologi baru pada pengguna teknologi yang telah digunakan. TAM dirancang dengan dua konstruksi utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) terhadap minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas dan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat terbebas dari usaha.⁸

Dari teori yang ada, motivasi hedonik merupakan suatu rasa atau keadaan senang yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan suatu produk atau barang. Sehingga semakin tinggi tingkat kesenangan seseorang menggunakan suatu produk atau barang maka semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakannya.⁹ Fakta di lapangan menunjukkan

⁸ Suhartanto, et. al, Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model, *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 2019, 1405–1418.

⁹ Viswanathan Vankatesh, et. al, User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 2003, 425–478.

bahwa perasaan senang mahasiswa terhadap BSI *Mobile* sudah cukup tinggi namun penggunaannya masih tergolong sedikit.

Selanjutnya, keamanan merupakan faktor yang sangat penting karena sangat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga *perceived security* merupakan faktor terkuat yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* yang sangat rahasia. Ketika tingkat keamanan data dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen, konsumen rela menyerahkan informasi pribadinya dan membeli rasa aman.¹⁰ Keamanan merupakan persepsi nasabah dalam melindungi data maupun informasi pribadi dari pengguna *mobile banking*. Maka semakin tinggi tingkat keamanan *mobile banking* akan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakannya.¹¹ Sedangkan kenyataan di lapangan BSI *Mobile* sudah dirasa aman, namun penggunaannya sering mendapati aplikasi error.

Kemudian, manfaat merupakan tingkat di mana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Maka semakin tinggi tingkat kebermanfaatan suatu produk atau jasa maka akan meningkatkan minat seseorang menggunakan produk tersebut.¹² Namun faktanya pengguna aplikasi BSI *Mobile* ini masih sedikit, meskipun sudah

¹⁰ Raman Arasu dan Viswanathan, *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, 2011, 54- 60.

¹¹ Lee, *Pengantar Manajemen*, (Salemba Empat: Jakarta, 2009), 55.

¹² Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology*, *Jurnal Management Information System* (online) Vol. 12, No. 3, 320.

lengkap fitu-fiturnya. Sehingga dalam konteks ini terdapat gap teori yang menimbulkan ketidakserasian antara teori dengan kenyataan yang ada pada lapangan serta diperlukan penelitian yang mendalam untuk menganalisis hal tersebut. Pernyataan di atas mengacu pada data berikut.

Tabel 1.1

Rekapitulasi Mahasiswa Pengguna BSI Mobile

Tahun Angkatan	Jumlah Pengguna BSI <i>Mobile</i>	Pengguna Yang Mengalami Kendala
2021	35 Mahasiswa	11 Mahasiswa
2020	42 Mahasiswa	20 Mahasiiswa
2019	36 Mahasiswa	17 Mahasiswa
2018	55 Mahasiswa	30 Mahasiswa
Total	168 Mahasiswa	78 Mahasiswa

Sumber: data primer yang diolah.

Dari tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa mahasiswa pengguna BSI *Mobile* yang paling banyak mengalami kendala (tidak puas) yaitu mahasiswa FEBI angkatan 2018. Sehingga dari sini perlu adanya penelitian kepada mahasiswa mengenai kendala-kendala yang dialami tersebut.

Penelitian yang hampir serupa juga dilakukan oleh Binti Mukaromah, dengan judul Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah,

yang menyebutkan bahwa secara parsial variabel motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *M-Banking*.¹³

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan, dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI Mobile”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah motivasi hedonik berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*?
2. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*?
3. Apakah manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*?
4. Apakah motivasi, keamanan dan manfaat berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh motivasi hedonik terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.
2. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.
3. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI Mobile*.

¹³ Binti Mukaromah, “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”, *Skripsi*, 2021, 1.

4. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh motivasi hedonik, keamanan, dan manfaat terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *Mobile*.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan ulasan di atas, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Teoritis

Manfaat penelitian bagi penulis yaitu penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan yang ada, serta melatih penulis untuk dapat berpikir kritis.

2. Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi minat mahasiswa dalam menggunakan BSI *mobile* dan dimaksudkan untuk digunakan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

3. Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada perbankan syariah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* sehingga perbankan syariah dapat lebih mengoptimalkan BSI *mobile*.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan penulisan, kajian ini mengelompokkan sistematika ke dalam lima bab yang masing-masing terdiri dari sub-bab yang saling berhubungan. Sistem diskusi ini adalah sebagai berikut:

Bab pertama, bertujuan untuk memaparkan tentang pendahuluan meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

Bab kedua, bertujuan untuk memaparkan tentang landasan teori yang meliputi deskripsi teori, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab ketiga, bertujuan untuk memaparkan tentang metode penelitian meliputi rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, lokasi dan periode penelitian, populasi dan sampel, jenis data dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, serta teknik pengolahan dan analisis data.

Bab keempat, bertujuan untuk memaparkan tentang pembahasan dan analisis data yang meliputi gambaran umum obyek penelitian, hasil pengujian instrumen, hasil pengujian deskriptif, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

Bab kelima, bertujuan untuk memaparkan tentang simpulan dan saran meliputi kesimpulan dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan teori yang pertama kali dikembangkan oleh Davis pada tahun 1986 yang mengadopsi model *Theory Of Reasoned Action (TRA)* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1980. TAM dirancang dengan dua konstruksi utama yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) terhadap minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi . Persepsi manfaat (*Perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan produktivitas dan persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat terbebas dari usaha.¹

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berpengaruh terhadap persepsi manfaat (*perceived usefulness*), Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) juga dapat berpengaruh terhadap minat

¹ Suhartanto, et. al, Mobile banking adoption in Islamic banks: Integrating TAM model and religiosity-intention model, *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 2019, 1405–1418.

perilaku penggunaan. Dapat diartikan bahwa jika kemudahan dalam menggunakan sistem informasi berguna bagi penggunanya maka sistem tersebut dapat memberikan manfaat dan jika kemudahan dan manfaat tersebut telah dirasakan oleh penggunanya maka akan timbul minat seseorang untuk menggunakan sistem informasi tersebut.²

2. Motivasi Hedonik

Motivasi berasal dari kata motif yang artinya sebagai sebab-sebab yang menjadi dorongan tindakan seseorang, sedangkan secara istilah motivasi adalah kekuatan yang menggerakkan atau mengendalikan seseorang untuk melakukan tindakan (perilaku) yang diarahkan pada tujuan tertentu.³ Motif berasal dari bahasa latin *movere* yang berarti bergerak atau bergerak yang berarti kekuatan dalam suatu organisme yang merangsang perbuatan (menggerakkan).

Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang atau beberapa orang yang ditandai dengan munculnya perasaan dan tanggapan untuk mencapai tujuan. Motivasi memiliki tiga unsur yang saling berhubungan, yaitu:⁴

- a. Motif dimulai dari adanya perubahan energy dalam pribadi seperti lapar, haus, nafas, dan istirahat. Motif ini disebut juga dengan motif biogenetis.

² Femmy Novitasari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19", *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2021), 12-13.

³ Ahmad Tjachja Nugraha, dkk. *Pengantar Kewirausahaan Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* Ed. I, Yogyakarta: ANDI, 2021, 55.

⁴ Oemar Hamalik, *Psikologi Belajar dan Mengajar*, (Bandung: Sinar Baru, 1992), 173.

- b. Motif ditandai dengan timbulnya perasaan yang tidak berkembang dengan sendirinya, tetapi dipengaruhi oleh lingkungan kebudayaan setempat seperti rasa keinginan terhadap suatu hal (bertanya, makan, dan mendengarkan musik). Motif ini disebut juga motif sosiogenetis.
- c. Motif ditandai dengan reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan sebagai makhluk yang berketuhanan sehingga ada interaksi antara manusia dengan Tuhannya. Misal, keinginan untuk merealisasikan norma-norma agama.

Motivasi adalah penyebab perilaku, motivasi adalah struktur kekuatan internal yang tak terlihat yang merangsang dan mendorong perilaku reaksi dan memberikan arah tertentu pada reaksi ini. Motivasi juga dapat diartikan sebagai kekuatan pendorong internal individu yang memaksa mereka untuk bertindak. Kekuatan pendorong itu muncul dari keadaan depresi yang muncul sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi.⁵ Motivasi ini muncul secara sadar atau tidak sadar untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Motivasi ini dapat memotivasi orang untuk melakukan sesuatu. Motivasi biasanya disamakan dengan motivasi. Hasrat adalah gerak jiwa dan raga untuk bertindak, jadi motif adalah daya penggerak yang membuat seseorang melakukan suatu perbuatan, suatu perbuatan yang mempunyai tujuan tertentu. Motivasi didefinisikan sebagai

⁵ Purboyo, *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*, Media Sains Indonesia: Bandung, 2021, 14.

motivasi sebagai alat yang digunakan oleh atasan untuk bawahan mereka untuk memungkinkan mereka untuk melakukan seperti yang diharapkan.⁶

Motivasi terjadi karena terdapat kebutuhan, keinginan dan harapan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen tetapi tidak terpenuhi sehingga menimbulkan sebuah ketegangan dan pada tingkatan tertentu ketegangan tersebut akan berubah menjadi hasrat yang mendorong seorang individu untuk melakukan suatu perilaku yang akan memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapannya tersebut.⁷

Hedone menurut Kata Yunani berarti sukacita, kesenangan atau kesenangan. Menurut KBBI, hedonisme adalah pandangan yang memandang kesenangan dan kenikmatan metrik sebagai tujuan utama hidup. Implikasi dari teori ini adalah bahwa setiap orang cenderung menghindari hal-hal yang sulit dan lebih suka melakukan sesuatu yang membuatnya senang.⁸

Motivasi hedonis adalah motivasi kesenangan yang muncul dari penggunaan sistem atau teknologi. Dari penggunaan teknologi tersebut maka akan timbul kesenangan dari dalam diri. Motivasi

⁶ Musarifah Ikhwana Dan Yulia Anggraini, "Analisis Motivasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan Mt Haryono 01", *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 1 No. 2, 2021, 224-225.

⁷ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet "Implikasi pada Strategi Pemasaran"*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), 22.

⁸ Ahmad Tjachja Nugraha, Dkk. *Pengantar Kewirausahaan-Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* Ed. I, (Yogyakarta: ANDI, 2021), 57.

hedonis ini mengacu pada tingkat kesenangan yang diperoleh dari penggunaan layanan *mobile banking*. Hedonis adalah sesuatu yang biasanya dirasakan seseorang ketika melakukan sesuatu yang sangat tinggi untuk memaksimalkan kesenangan dan bersenang-senang dengan apa yang dilakukannya. Hedonis memiliki sikap yang sangat kuat terhadap orang yang memperkenalkan sesuatu yang baru, misalnya menggunakan *mobile banking*. Mereka tidak lagi merasa bahwa transaksi melalui bank bukan sekedar transaksi manual, melainkan teknologi canggih yang tersedia melalui *smartphone*. Hedonis mencari kesenangan dan menghindari rasa sakit atau penderitaan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa motivasi hedonis berkaitan erat dengan cara mereka menggunakan *mobile phone banking*, dimana mereka merasa perlu melakukan sesuatu secara optimal untuk menghindari perasaan cemas atau sedihnya dengan menghadirkan kesenangan duniawi. Semakin besar kesenangan nasabah (motivasi hedonis), maka semakin besar pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.⁹

Ada beberapa indikator untuk mengukur motivasi hedonis yaitu :¹⁰

- a. Menggunakan *mobile banking* itu menyenangkan
- b. Bersenang-senang dengan *mobile banking*

⁹ Viswanathan Vankatesh, et. al, User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 2003, 425–478.

¹⁰ Baptista, G. and Oliveira, T. (2017), "Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services", *Internet Research*, Vol. 27 No. 1, pp. 118-139.

c. Menggunakan *mobile banking* sangat menyenangkan

3. Keamanan

Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan Bank untuk melindungi informasi pribadi dari pengguna yang tidak berwenang atau orang lain. Informasi ini biasanya didapatkan dari transaksi elektronik saat bertransaksi melalui *mobile banking*. Dari keamanan saat bertransaksi tersebut maka nasabah akan merasa yakin dengan kerahasiaan datanya.¹¹

Keamanan data merupakan faktor utama dalam layanan perbankan online yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dalam penggunaan selanjutnya. Semakin aman bank menawarkan pelanggannya melalui *mobile banking*, semakin besar minat pelanggan dalam berbisnis dengan layanan yang ditawarkan. Keamanan adalah kemampuan untuk menyimpan informasi pelanggan atau informasi tentang penipuan dan pencurian di perbankan online.¹²

Keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi perbankan online dari ancaman dan penyalahgunaan rekening nasabah. Keamanan adalah sesuatu yang dapat digunakan untuk mencegah penipuan (*fraud*) atau setidaknya mendeteksi penipuan dalam sistem

¹¹ Syamsul Hadi dan Novi, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking", *jurnal fe* (Universitas Islam Indonesia: 2015), 59.

¹² Ahmad dan Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Program Layanan Internet Banking BRI", *Jurnal Studi Manajemen* Volume 8, Nomor 1, 2014, 1.

data di mana data itu sendiri tidak memiliki arti fisik.¹³ Bank di negara berkembang harus mempertimbangkan keamanan layanan *mobile banking* dan tantangan untuk meningkatkan kualitas keamanan layanan *mobile banking*, karena layanan tersebut menggunakan media internet, maka keamanan *mobile banking* juga bergantung pada keamanan bank internet itu sendiri.¹⁴

Dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan faktor yang sangat penting karena sangat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, sehingga *perceived security* merupakan faktor terkuat yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* yang sangat rahasia. Ketika tingkat keamanan data dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen, konsumen rela menyerahkan informasi pribadinya dan membeli rasa aman. Kajian ini berkaitan dengan dua indikator yang dikemukakan oleh Raman Arasu dan Venkatesh yaitu jaminan keamanan dan kerahasiaan data.¹⁵

Keamanan data merupakan faktor penting dalam penawaran *mobile banking* yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah dalam penggunaan lebih lanjut. Semakin tinggi tingkat keamanan informasi

¹³ Mukhtisar, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)", *Global Journal Of Islamic Banking And Finance*, Volume 3, Nomor 1 (2021), 63.

¹⁴ *Ibid.*, 64.

¹⁵ Raman Arasu dan Viswanathan, *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, 2011, 54- 60.

yang ditawarkan perusahaan kepada nasabah menggunakan *mobile phone banking*, membuat pelanggan semakin tertarik berbisnis dengan layanan yang ditawarkan. Dalam hal ini terdapat dua indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat keamanan teknologi informasi, yaitu sebagai berikut.¹⁶

a. Jaminan Keamanan

Perlindungan keamanan memainkan peran penting dalam menghilangkan kekhawatiran konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan komunikasi yang korup. Ketika jaminan keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan nasabah, nasabah bersedia mengungkapkan informasi pribadi mereka dan membeli rasa aman.

b. Kerahasiaan Informasi

Nilai kerahasiaan data sangat penting. Informasi yang sampai ke tangan pihak lain dapat merugikan pemilik informasi tersebut.

Oleh karena itu, kerahasiaan data nasabah harus dijaga.

4. Manfaat

Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Kegunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja mereka. Manfaat yang diyakini orang dapat diperoleh dari penggunaan teknologi informasi.¹⁷

¹⁶ Lee, *Pengantar Manajemen*, (Salemba Empat: Jakarta, 2009), 55.

¹⁷ Davis, "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information System* (Online) Volume 13, Nomor 3, 320.

Manfaat yang dirasakan pelanggan terkait *BSI Mobile* adalah layanan *BSI Mobile* mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya, salah satunya adalah kemudahan bertransaksi tanpa antri. Nasabah tidak lagi harus mengantre di bank untuk melakukan transaksi perbankan karena hanya dapat dilakukan melalui smartphone.

Selain dapat melakukan transaksi perbankan, manfaat yang dirasakan dengan menggunakan layanan *BSI Mobile* yaitu nasabah dapat membayar zakat dan takaful secara online, cek saldo, mendapatkan informasi kurs, ada juga *BSI Mobile* yang memiliki fungsi renungan sholat dan keuntungan lainnya. Oleh karena itu, tingkat kegunaan *BSI Mobile* mempengaruhi sikap pelanggan terhadap sistem tersebut. Pandangan manfaat adalah apa yang orang yakini dapat mereka peroleh dari penggunaan teknologi informasi. Sehingga semakin besar manfaat m-banking maka semakin besar pula minat nasabah untuk menggunakannya.¹⁸

Beberapa indikator yang menggambarkan manfaat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai berikut:¹⁹

- a. Memudahkan pekerjaan, perbankan menjadi lebih mudah.
- b. Meningkatkan produktivitas, dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.

¹⁸ Femmy Novitasari, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19", *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta, 2021, 39-40.

¹⁹ Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Technology", *Jurnal Management Information System* (online) Vol. 12, No. 3, 320.

- c. Meningkatkan efisiensi, dapat mempercepat waktu browsing pengguna.
- d. Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

Berdasarkan definisi tersebut, berarti manfaat *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan keterampilan masyarakat yang menggunakannya. Manfaat *mobile banking* adalah manfaat yang diterima atau diharapkan nasabah dalam pelaksanaan kewajibannya.

5. Minat

Minat adalah rasa ketertarikan atau keinginan seseorang yang mendorong untuk melakukan atau menggunakan sesuatu. Dalam layanan BSI *mobile* minat dapat berupa ketertarikan nasabah untuk menggunakan BSI *mobile*. Minat menggunakan BSI *mobile* biasanya muncul karena nasabah merasa BSI *mobile* telah memenuhi standar kriteria yang dibutuhkan dan yang diinginkan oleh nasabah.²⁰

Minat (*behavioral intention to use*) adalah perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi dengan melihat tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat diprediksi berdasarkan sikap dan perhatiannya. Motivasi untuk terus menggunakan teknologi dan keinginan untuk mendorong pengguna lain.²¹ Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian minat berarti “kecenderungan

²⁰ *Ibid*, 37-36.

²¹ Hendra Iskandar, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology,” *MIS Quarterly*. Volume 13, Nomor 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 19.

yang tinggi terhadap sesuatu; kegairahan; permintaan”. Item yang menarik banyak perhatian.²² Komarudin juga menjelaskan bahwa minat pelanggan adalah perasaan lebih suka dan perasaan tertarik terhadap suatu masalah atau kegiatan tanpa paksaan, keputusan diambil dari tahap penilaian kebutuhan dan pengolahan data konsumen. Semakin besar preferensi dan minat, semakin besar minat pelanggan. Minat perilaku dapat diartikan sebagai ukuran seberapa kuat minat seseorang dalam melakukan sesuatu. Minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Minat muncul setelah produk yang dilihat menarik, kemudian ada minat untuk mencoba produk tersebut, dan terakhir ada keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut.²³

Minat terkait dengan perilaku atau aktivitas, tetapi minat berubah seiring waktu, semakin lama berlangsung, semakin besar kemungkinan minat pada orang tersebut akan berubah. Minat didefinisikan sebagai keinginan dan keinginan yang dapat berkembang ketika motivasi hadir. Minat juga merupakan kesadaran diri orang-orang yang tertarik terhadap sesuatu, minat ini merupakan faktor penyebab terjadinya tindakan dan hasil yang dicapai setiap orang.²⁴

²² KBBI (Online) <https://kbbi.web.id/minat> dikembangkan oleh Ebta Setiawan, diakses pada 01 Maret 2022.

²³ Komarudin, *Kamus Perbankan*, (Jakarta: Grafindo, 1994), 94.

²⁴ Dini Nurtyastuti, “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga”, *Skripsi*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2020), 25.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa minat adalah minat individu dalam menggunakan BSI *Mobile* untuk memenuhi kebutuhan perbankan tertentu. Menggunakan BSI *Mobile* adalah kepentingan untuk menggunakannya atau tidak.

Indikator minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* adalah keinginan untuk menggunakan teknologi ini dan niat untuk menggunakannya di masa mendatang. Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator untuk mengukur minat yaitu sebagai berikut.²⁵

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan produk.
- b. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
- c. Minat eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi tentang suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung atribut positif dari produk tersebut.

B. Kajian Pustaka

Penulis melakukan penelitian terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Skripsi milik Ngizatul Fatul Maula, Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Dengan

²⁵ Prof. Augusty Ferdinand, “*Metode Penelitian Manajemen*”, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.

Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo). Dalam penelitian ini disebutkan bahwa variabel manfaat secara parsial berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan, kemudian kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat. Sedangkan manfaat, kemudahan dan minat penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan mobile banking manfaat dan minat menggunakan *mobile banking*. Secara simultan berpengaruh terhadap sikap, kemudian manfaat, kemudahan dan minat secara simultan berpengaruh terhadap minat.²⁶ Terdapat persamaan dan perbedaan, yaitu persamaan; sama-sama meneliti tentang minat, metode yang digunakan juga sama yakni dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang sama yaitu variabel minat dan manfaat sedangkan perbedaannya lokasi penelitian yang berbeda dan variabel yang digunakan pada penelitian ini terdapat variabel baru yakni motivasi hedonik dan keamanan yang berbeda dari penelitian Ngizatul Fatul Maula.

2. Femmy Novitasari (2021), Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *M-Banking* Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19. Menyatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa

²⁶ Ngizatul Fatul Maula, "Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening" (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo), *Skripsi*, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 1.

menggunakan *mobile banking* syariah pada masa pandemi covid-19. Persepsi risiko dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* syariah pada masa pandemi covid-19.²⁷ Persamaan: Variabel yang digunakan Manfaat, Keamanan. Metode Kuantitatif dengan koesioner. Perbedaan: Terdapat variabel tambahan yaitu variabel motivasi hedonik dan keamanan.

3. Mario Ledesman (2018), Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. Secara simultan variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking, akan tetapi secara parsial variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking.²⁸ Persamaan: Variabel manfaat, serta minat menggunakan. Metode penelitian kuantitatif. Perbedaan: Variabel motivasi hedonik, keamanan.

4. Dini Nurtyastuti (2020), Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervenin gpada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga. Secara

²⁷ Femmy Novitasari, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19”, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2021), 1.

²⁸ Mario Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking”, *Skripsi*, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018),1.

parsial persepsi risiko, keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Sikap penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*, serta memediasi hubungan antara persepsi risiko dan keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking.²⁹ Persamaannya yaitu variabel minat, keamanan. Perbedaannya terdapat pada variabel motivasi hedonik, manfaat.

5. Arius Juliasya (2018), Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet *Banking*. Penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan internet banking oleh nasabah. Faktor teknologi dan risiko juga mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet *banking*.³⁰

Persamaan: metode kuantitatif dengan kuisioner. Variabel yang digunakan yaitu variabel minat. Perbedaan: variabel motivasi hedonik, dan keamanan tidak terdapat pada penelitian Juliansya

6. Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Evriyenni (2021), Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada

²⁹ Dini Nurtyastuti, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Interveningpada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga", *Skripsi*, (Salatiga: FEBI IAIN Salatiga, 2020), 1.

³⁰ Arius Juliansya, "Pengaruh teknologi informasi kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking", *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), 1.

Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). Secara parsial variabel efisiensi dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. selanjutnya secara bersama-sama variabel efisiensi, keamanan dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.³¹ Persamaan: Sama-sama meneliti tentang minat. Metode penelitiannya juga kuantitatif dengan kuisioner. Perbedaan: Pada penelitian mukhtisar dkk., tidak ada variabel motivasi hedonik dan manfaat, serta tempat penelitiannya pun berbeda.

7. Reza Resita Himawati (2018), Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo). Persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Dan sikap tidak berpengaruh sebagai variabel intermediasi antara persepsi manfaat terhadap minat. Juga sikap tidak berpengaruh sebagai

³¹ Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Evriyenni, "Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)", *Global Journal of Islamic Banking and Finance* , Volume 3, Nomor 1, (Banda Aceh, 2021), 1.

variabel intermediasi antara kemudahan terhadap minat.³²

Persamaan: Variabel yang digunakan sama-sama menggunakan manfaat dan minat. Serta metodenya menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner. Perbedaan: Lokasi penelitian, dan terdapat variabel tambahan pada penelitian ini yakni variabel motivasi hedonik.

8. Arini Nafisatun Ni'mah (2022), Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus. Dari penelitian ini variabel kemudahan, keamanan, manfaat dan pengetahuan secara parsial (terpisah) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan m-banking syariah.³³ Persamaan: variabel yang sama digunakan pada penelitian ini adalah variabel keamanan dan manfaat, kemudian responden yang digunakan juga mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan juga sama yakni kuantitatif dengan kuesioner. Perbedaan: dalam penelitian tersebut terdapat empat variabel dependen sedangkan penelitian ini menggunakan tiga variabel dependen yang salah satunya berbeda dengan penelitian tersebut. Penelitian tersebut menganalisis minat penggunaan *m-*

³² Reza Resita Himawati "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo)", *Skripsi*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2018), 1.

³³ Arini Nafisatun Ni'mah, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus", *Skripsi*, (Kudus: IAIN Kudus) 2022, 1.

banking syariah sedangkan penelitian ini menganalisis tentang minat menggunakan BSI *mobile*.

9. Nindi Eli Safitri (2022), Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank BSI KCP Kencong. Hasil penelitiannya adalah variabel kemudahan akses tidak memiliki pengaruh terhadap minat nasabah, variabel *trust* (kepercayaan) berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah, pada variabel keamanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah, dan secara simultan variabel-variabel dependen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah.³⁴ Persamaan: variabel yang digunakan yakni sama-sama menggunakan variabel keamanan (X) dan minat (Y), dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penelitian deskriptif. Perbedaan: dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel independen motivasi hedonik yang tidak terdapat pada penelitian tersebut.
10. Nurkumala Dewi (2023), Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile*, sedangkan variabel manfaat tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile*.

³⁴ Nindi Eli Safitri, "Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank BSI KCP Kencong", *skripsi*, (Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember) 2022, 1.

Sedangkan secara simultan variabel kemudahan dan manfaat terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*.³⁵ Persamaan: sama-sama meneliti tentang minat menggunakan BSI *Mobile*, dan metode yang digunakan juga sama yaitu metode kuantitatif dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis datanya pun juga sama. Perbedaan: penelitian ini menggunakan variabel independen motivasi hedonik yang tidak terdapat pada penelitian nurkumala.

11. Ade Setiawan (2022), Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demak). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel manfaat dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan sedangkan variabel kepercayaan tidak terdapat pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Kemudian secara simultan variabel-variabel tersebut berpengaruh terhadap (Y) minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.³⁶ Persamaan: sama-sama menggunakan variabel manfaat (X) dan minat (Y), teknik analisis yang digunakan sama serta metode

³⁵ Nurkumala Dewi, "Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*)", *Skripsi*, (Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup) 2023, 1.

³⁶ Ade Setiawan, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah", *Skripsi*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo) 2022, 1.

penelitiannya juga sama. Perbedaan: penelitian tersebut tidak terdapat variabel motivasi hedonik.

12. Ahmad Yudin (2021), Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3. Hasil penelitiannya menunjukkan secara parsial variabel manfaat dan kemudahan berpengaruh positif signifikan sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Secara simultan variabel manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.³⁷ Persamaan: sama-sama meneliti tentang bagaimana tingkat minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Perbedaan: penelitian ini menambahkan variabel motivasi hedonik pada variabel independen.

13. Shinta Bella Tri Beliana (2022), Pengaruh *Brand Image*, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di Aplikasi Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *brand image*, kemudahan dan risiko secara parsial berpengaruh serta signifikan terhadap minat nasabah. Kemudian secara bersamaan variabel-variabel tersebut memberikan pengaruh signifikan pada minat nasabah dalam

³⁷ Ahmad Yudin, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3", (Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya) 2021, 1.

bertransaksi di aplikasi layanan *mobile banking* BSI KCP Palembang Jakabaring.³⁸ Persamaan: sama-sama menganalisis tentang minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI. Perbedaan: pada penelitian ini variabel independen yang digunakan berbeda yaitu motivasi hedonik, keamanan dan manfaat yakni tidak terdapat pada penelitian Shinta.

14. Devi Ratnaningrum (2022), Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian tersebut menyebutkan variabel manfaat, kemudahan kepercayaan dan keamanan memiliki pengaruh positif signifikan sedangkan variabel kesesuaian dan keuntungan tidak memberi pengaruh positif pada minat ulang menggunakan *mobile banking*. Kemudian variabel risiko tidak berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.³⁹ Persamaan: penelitian ini juga memfokuskan pada analisis mengenai minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Perbedaan: pada variabel independen berbeda yaitu penelitian ini menggunakan motivasi hedonik, keamanan dan manfaat sebagai variabel independennya.

³⁸ Shinta Bella Tri Beliana, "Pengaruh *Brand Image*, Kemudahann Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di Aplikasi Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring", *Skripsi*, (Palembang: UIN Raden Fatah) 2022, 1.

³⁹ Devi Ratnaningrum, "Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia", *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia) 2022, 1.

15. Nutria Santika (2022), Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kayuagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah sedangkan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah.⁴⁰ Persamaan: sama-sama menganalisa tentang minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Perbedaan: variabel independen tidak sama.

Tabel 2.1

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ngizatul Fatul Maula, (2021), Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo).	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
2	Femmy Novitasari (2021), Analisis Faktor-Faktor	Persamaan antara kajian	Mengetahui faktor yang

⁴⁰ Nutri Santika, "Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kayuagung", (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang) 2022, 1.

	Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan <i>M-Banking</i> Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19.	pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
3	Mario Ledesman (2018), Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
4	Dini Nurtyastuti (2020), Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervenin gpada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.

5	Arius Juliasya (2018), Pengaruh Teknologi Informasi Kemudahan, Risiko, Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> .	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
6	Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, dan Evriyenni (2021), Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh).	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
7	Reza Resita Himawati (2018), Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo).	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni

			motivasi hedonik.
8	Arini Nafisatun Ni'mah (2022), Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
9	Nindi Eli Safitri (2022), Pengaruh Kemudahan Akses, <i>Trust</i> , Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Di Bank BSI KCP Kencong.	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
10	Nurkumala Dewi (2023), Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Indonesia (<i>BSI Mobile</i>).	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan

		menggunakan BSI <i>Mobile</i> .	yang berbeda yakni motivasi hedonik.
11	Ade Setiawan (2022), Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untk Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Tengah Pandemic Covid-19 Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Di Bank Syariah Indonesia KCP Demak).	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan BSI <i>Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI <i>Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
12	Ahmad Yudin (2021), Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan BSI <i>Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI <i>Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
13	Shinta Bella Tri Beliana (2022), Pengaruh <i>Brand Image</i> , Kemudahann Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di Aplikasi Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring.	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI <i>Mobile</i> dengan

		mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
14	Devi Ratnaningrum (2022), Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia.	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.
15	Nutria Santika (2022), Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kayuagung.	Persamaan antara kajian pustaka dengan penelitian yang sedang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis tentang tingkat minat mahasiswa dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i> .	Mengetahui faktor yang paling berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan <i>BSI Mobile</i> dengan variabel tambahan yang berbeda yakni motivasi hedonik.

Sumber: data yang diolah

C. Kerangka Pemikiran

Hedonisme adalah pandangan bahwa tujuan utama manusia adalah mencari kesenangan duniawi dan juga anggapan bahwa setiap orang

cenderung menghindari hal-hal yang memberatkannya dan lebih memilih tindakan yang dapat mendatangkan kesenangan. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi hedonis berkaitan erat dengan cara mereka menggunakan *m-banking*, dimana mereka merasa perlu melakukan sesuatu secara optimal untuk menghindari rasa takut atau sedih dengan menghadirkan kesenangan duniawi.⁴¹

Keamanan data merupakan faktor terpenting dan terpenting dalam layanan perbankan online yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk digunakan lebih lanjut. Semakin aman bank menawarkan pelanggannya melalui *mobile banking*, semakin besar minat pelanggan dalam berbisnis dengan layanan yang ditawarkan. Keamanan juga berdampak kuat pada kepercayaan nasabah terhadap *mobile banking*, menjadikan keamanan yang dirasakan nasabah sebagai faktor paling kuat yang memengaruhi penggunaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* yang sangat rahasia. Ketika tingkat jaminan keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan nasabah, maka nasabah siap untuk membeli/menggunakan rasa aman tersebut.⁴²

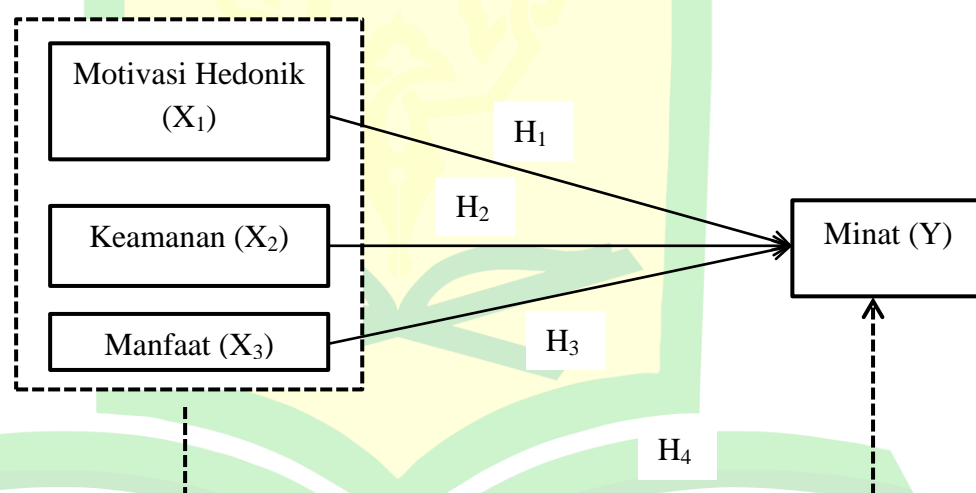
Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya. Semakin besar keunggulan teknologi tersebut, maka semakin besar pengaruh minat seseorang untuk

⁴¹ Muhammad Ilham Mandatra & Yudi Sutarso, "Pengaruh Kegunaan Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi, dan Risiko Terhadap Niat Perilaku pada Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya", *Jurnal of Business and Banking*, Volume 9, Nomor 1, 2019, 1.

⁴² Raman Arasu dan Viswanathan, *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*, 2011, 54- 60.

menggunakannya. Dapat dikatakan bahwa semakin besar manfaat layanan *mobile banking* maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan penawaran *mobile banking*. Manfaat berpengaruh positif terhadap sikap positif terhadap layanan *mobile banking*.⁴³

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 2.1

Bagan Kerangka Pemikiran

Keterangan:

—→ : secara parsial (terpisah)

1. H₁ : Jika motivasi hedonik pada mahasiswa tinggi maka minat mahasiswa menggunakan BSI *Mobile* akan meningkat.

⁴³ Bastian Amanullah. Pengaruh Persepsi Manfaat, “Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking”, *Skripsi*, Semarang (2014), 1.

2. H_2 : Jika kemanan pada BSI *Mobile* baik maka minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* akan meningkat.
 3. H_3 : Jika manfaat yang dirasakan mahasiswa baik maka minat mahasiswa menggunakan BSI *Mobile* akan meningkat.
- > : secara simultan (bersama-sama)
4. H_4 : Jika motivasi hedonik, keamanan, dan manfaat yang dirasakan mahasiswa pada BSI *Mobile*, maka minat mahasiswa menggunakan BSI *Mobile* akan meningkat.

D. Hipotesis

Untuk menentukan fokus penelitian, maka peneliti merumuskan hipotesis sementara, sebagai berikut:

1. Motivasi hedonik

Hedonik merupakan suatu hal yang biasanya dirasakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang sangat tinggi dalam memaksimalkan rasa senang dan menghibur diri dengan apa yang akan dilakukan. Motivasi hedonis mengacu pada tingkat kesenangan yang diperoleh dari menggunakan layanan M-Banking.⁴⁴

Peneliti lain memberikan bukti kuat yang mendukung peran motivasi hedonis dalam membentuk keputusan individu untuk

⁴⁴ Viswanathan Venkatesh, et. al “Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology”, *MIS Quarterly*, 2012, Vol. 36 No.1, 1.

mengadopsi sebuah teknologi seperti penelitian minat pengabdiosian mobile banking.⁴⁵

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H_0 : Motivasi hedonik tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

H_1 : Motivasi hedonik berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

2. Pengaruh Keamanan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

Dalam konteks komersial, keamanan mencerminkan persepsi konsumen bahwa sistem tertentu akan aman untuk melakukan sebuah transaksi.⁴⁶ Konseptualisasi keamanan yang dirasakan dalam literatur IS (*Information System*) didasarkan pada persepsi subjektif individu tentang keamanan dan bukan pada metrik keamanan yang objektif. Sementara beberapa ilmuwan berpendapat bahwa penelitian terbaru menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara dua konstruksi misalnya pada penelitian.⁴⁷ Maka dari itu, persepsi

⁴⁵ Alalwan, A. A., et al. Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers : Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3),2017, 99–110.

⁴⁶ Shin, D. D, *The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. Interacting with Computers*, 22, 2010, 428–438.

⁴⁷ Lian, J. W., Critical factors for cloud based e-invoice service adoption in Taiwan: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 35(1), 2015, 98–109.

keamanan teknologi menjadi salah satu prediktor penting dalam menentukan minat penggunaan teknologi. Persepsi keamanan mengacu pada persepsi individu dalam menggunakan internet banking dimana terjadi transaksi keuangan antara individu pengguna dan penyedia jasa teknologi. Keamanan dari transaksi ini akan menjaga kepercayaan diri individu untuk tetap menggunakan teknologi. Beberapa penelitian menunjukkan adanya hubungan yang saling memengaruhi antara persepsi keamanan teknologi dengan minat penggunaan teknologi seperti internet banking.⁴⁸

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti merumuskan hipotesis:

H₀ : Keamanan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

H₂ : Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

3. Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan BSI *Mobile*.

Manfaat yang ada pada saat menggunakan teknologi dapat mendorong seseorang untuk semakin tertarik untuk menggunakan dan mengaplikasikannya. Manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan

⁴⁸ Patel, K. J., & Patel, H. J., Adoption of Internet Banking Services in Gujarat: An Extension of TAM with Perceived Security and Social Influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 2016, 147–169.

meningkatkan kinerja kerjanya.⁴⁹ *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) terbukti signifikan mempengaruhi minat pelanggan terhadap layanan perbankan seluler Islami.⁵⁰ Selain itu penelitian Sari juga menyebutkan bahwa nasabah merasakan manfaat dari penggunaan *M-Banking* Syariah, seperti menyelesaikan pekerjaan lebih cepat, meningkatkan kinerja, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan keefektifan aktivitas/bisnis.⁵¹

Berdasarkan uraian dan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₀ : Manfaat tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan *BSI mobile*.

H₃ : Manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan *BSI mobile*.

⁴⁹ Davis, Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 1989, 319–340.

⁵⁰ Thaker, et. al, Factors influencing consumers' adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 2019, 1037–1056.

⁵¹ Sari et al, Trust on Sharia M-Banking : Evidence on Milenials Generations, *Journal of Islamic Economic Scholar*, 1(1), 2019, 29–41.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka kemudian menganalisisnya dengan menggunakan statistik.¹

Variabel pada penelitian ini antara lain:

- a. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau terciptanya variabel lain.² Variabel ini disimbolkan dengan menggunakan huruf “X”. Variabel X dalam penelitian ini adalah Motivasi Hedonik (X₁), Keamanan (X₂) dan Manfaat (X₃).
- b. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain atau menjadi suatu hasil. Variabel ini disimbolkan dengan menggunakan huruf “Y”. Variabel Y dalam penelitian ini adalah Minat.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Penelitian ini pengaruh motivasi hedonik, keamanan dan manfaat terhadap minat menggunakan BSI *Mobile* adalah di mana motivasi hedonik (X₁), keamanan (X₂), dan manfaat (X₃). Minat mahasiswa

¹ Sugiyono, *Metode Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 7.

² Andhita Dessy Wulandari, *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan Menggunakan SPSS* (Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2012), 59.

menggunakan *BSI Mobile* (Y). Pengaruh variabel-variabel ini dapat ditentukan dengan meregresikan variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu dikembangkan beberapa indikator dari variabel tersebut yang selanjutnya dikembangkan untuk digunakan sebagai pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan skala likert dengan 5 (lima) pilihan jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Tabel 3.1
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator	Item	Sumber
Variabel Independen				
Motivasi Hedonik (X1)	Motivasi hedonis adalah sesuatu yang biasanya dirasakan seseorang untuk melakukan sesuatu yang sangat tinggi guna memaksimalkan kesenangan dan bersenang-senang dengan apa yang dilakukannya.	1. Menyenangkan	1,2	Viswanathan Vankatesh, et. al, User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. <i>MIS Quarterly</i> , 27(3), 2003, 425-478.
		5. Menikmati	3	
		6. Menghibur	4	
Keamanan (X2)	Keamanan merupakan persepsi nasabah tentang kemampuan bank dalam melindungi data maupun informasi personal dari	1. Jaminan keamanan	5,6	Raman Arasu dan Viswanathan, Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian
		2. Kerahasiaan data	7,8	

	pengguna atau orang lain yang tidak berwenang. Informasi ini biasanya didapatkan dari transaksi elektronik saat bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> .			e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System, 2011, 54-60.
Manfaat (X3)	Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem akan meningkatkan kinerjanya.	1. Mudah	9,10	Davis, "Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", <i>Jurnal Management Information System</i> . 1989. Volume 13, Nomor 3, 320.
		2. Produktif	11,12	
		3. Efektif	13,14	
		4. Efisien	15,16	
Variabel Dependen				
Minat (Y)	minat menggunakan yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus	1. Berminat menggunakan produk.	17,18	Augusty Ferdinand, " <i>Metode Penelitian Manajemen</i> ", (Semarang: Badan
		2. Mereferensikan produk	19,20	
		3. Mencari informasi produk.	21,22	

	menggunakannya untuk masa depan.		Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 129.
--	----------------------------------	--	--

C. Lokasi dan Periode Penelitian

Kajian ini dilakukan di Kampus II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo di Jl. Puspita Raya, Krajan, Pintu, Kec. Jenangan, Kab. Ponorogo. Adapun alasannya karena tempat ini dianggap cocok untuk judul penelitian yang akan dilakukan, di mana mahasiswa Fakultas Ekonomi Islam (FEBI) sering mengalami kendala dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile*. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 6 Desember 2022 – 23 Januari 2023.

D. Populasi Dan Sampel

Populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari: objek/item yang menunjukkan sifat dan karakteristik tertentu yang telah diputuskan oleh peneliti untuk dipelajari dan dari mana ia menarik kesimpulan.³ Populasi bukan hanya jumlah objek/objek yang diteliti, tetapi juga mencakup sifat-sifat objek tersebut.⁴ Penelitian ini akan dilakukan pada populasi umum mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo angkatan tahun 2018 yang masih aktif berjumlah 327 mahasiswa.

³ Sugiyono, *Op. cit*, 80.

⁴ Wulandari, *Op. cit*, 42.

Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik.⁵ Pengambilan sampel dilakukan karena keterbatasan keuangan, waktu dan pribadi dari berbagai peneliti.⁶ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *incidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁷ Adapun sampel dalam penelitian adalah mahasiswa yang pernah bertransaksi (menggunakan) BSI *Mobile* minimal satu kali. Dalam penghitungan sampel penelitian ini, peneliti menggunakan rumus Solvin sebagai berikut.

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

keterangan:

n= jumlah sampel

N= jumlah total populasi

e = standar error

$$\text{maka, } n = \frac{327}{(1 + 327 \cdot (0,1)^2)}$$

$$n = \frac{327}{1 + 3,27} = \frac{327}{4,27} = 76$$

Sehingga dihasilkan jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 76 mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2018.

⁵ *Ibid*, 81.

⁶ *Ibid*, 42.

⁷ Muhammad Teguh, *Metodelogi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h. 122.

E. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini digunakan tipe data kuantitatif dengan sifat asosiatif. Data kuantitatif adalah angka yang diperoleh langsung dari hasil penelitian atau data kualitatif yang disempurnakan menjadi data kuantitatif. Data kuantitatif sendiri merupakan sekumpulan informasi yang digali dari hasil penelitian yang masih berupa fakta verbal atau sekedar informasi. Data dapat dinyatakan secara kuantitatif dan dalam satuan numerik setelah pengelompokan.⁸ Sedangkan sumber data ada 2 yaitu:

1. Data primer, yaitu data yang bersumber langsung dari lapangan yakni dari responden berupa data yang asli berisi tentang informasi mengenai penelitian. Data primer pada penelitian ini adalah data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui link *google form* kepada sebanyak 76 mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo angkatan 2018.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari sumber lain selain yang asli diperoleh dari penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data-data yang didapat dari web resmi Bank Syariah Indonesia, aplikasi *BSI Mobile* serta beberapa referensi dari internet.

F. Metode Pengumpulan Data

⁸ *Ibid*, 118.

Teknik pengumpulan data adalah metode yang peneliti gunakan untuk mengumpulkan data.⁹ Penelitian ini menggunakan teknik antara lain:

1. Kuisisioner Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden diminta serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti memiliki pemahaman yang jelas tentang variabel yang diukur dan apa yang diharapkan dari responden.¹⁰

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert yang mengukur sikap, persepsi dan pendapat tentang individu atau sekelompok fenomena, gejala sosial yang diidentifikasi oleh peneliti, yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Variabel penelitian diterjemahkan menjadi subvariabel. Kemudian subvariabel tersebut dijadikan sebagai indikator yang dapat dijadikan tolak ukur untuk merumuskan pertanyaan atau pernyataan tentang variabel penelitian. ¹¹ Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

⁹ Wulandari, *Op. cit*, 64.

¹⁰ Sugiyono, *Op. cit*, 142.

¹¹ *Ibid*, 73.

G. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan adalah angket atau angket yang berupa pertanyaan atau pernyataan. Bentuk pertanyaannya adalah pertanyaan tertutup. Pertanyaan tertutup adalah pertanyaan alternatif dari jawaban responden dan ditanyakan oleh peneliti. Pertanyaan tertutup membantu responden menjawab dengan cepat. Ini juga memudahkan peneliti untuk menganalisis semua kuesioner yang terkumpul.

Kuesioner dengan pertanyaan penelitian ini dibentuk berdasarkan indikator variabel motivasi hedonik (X_1), keamanan (X_2), manfaat (X_3), dan minat menggunakan (Y). Seperti yang terdapat pada tabel berikut.

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

Variabel	Instrumen	Keterangan
Motivasi Hedonik (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya merasa senang saat menggunakan layanan BSI Mobile 2. Layanan BSI Mobile sangat menyenangkan hati saya saat bertransaksi 3. Saya merasa terhibur saat menggunakan layanan BSI Mobile 4. Sya sangat menikmati saat menggunakan layanan BSI Mobile 	Valid
Keamanan (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 5. Saya merasa aman saat menggunakan layanan BSI Mobile 6. Keamanan pada BSI Mobile sangat bagus, di dalamnya terdapat fitur kemanan dua langkah 7. Bank selalu menjaga data saya saat menggunakan layanan BSI Mobile 8. BSI Mobile merupakan aplikasi m- 	Valid

	banking yang sangat menjaga kerahasiaan data nasabahnya	
Manfaat (X3)	<p>9. Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah saat menggunakan layanan <i>BSI Mobile</i></p> <p>10. <i>BSI Mobile</i> sangat mudah untuk dioperasikan</p> <p>11. Saya merasa saat menggunakan layanan <i>BSI Mobile</i> dapat meningkatkan pengetahuan terhadap teknologi m-banking</p> <p>12. Pengetahuan saya tentang m-banking menjadi bertambah saat bertransaksi menggunakan <i>BSI Mobile</i></p> <p>13. Saya merasa saat menggunakan <i>BSI Mobile</i> dapat mempercepat waktu penelusuran informasi yang saya butuhkan dalam perbankan</p> <p>14. Menggunakan <i>BSI Mobile</i> sangatlah efisien</p> <p>15. Saya merasakan system layanan <i>BSI Mobile</i> bermanfaat dalam pekerjaan</p> <p>16. <i>BSI Mobile</i> dapat meringankan pekerjaan saya dalam dunia perbankan maupun lainnya</p>	Valid

Minat (Y)	<p>17. Saya tertarik untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i> karena dapat memudahkan transaksi perbankan</p> <p>18. BSI <i>Mobile</i> sangat menarik dengan layanannya yang lengkap</p> <p>19. Saya akan mereferensikan BSI <i>Mobile</i> pada orang lain</p> <p>20. Saya akan merekomendasikan BSI <i>Mobile</i> kepada nasabah BSI</p> <p>21. Saya mencari informasi tentang BSI <i>Mobile</i> melalui bank dan internet</p> <p>22. Saya mencari informasi tentang BSI <i>Mobile</i> melalui Customer Service Bank.</p>	Valid
-----------	---	-------

H. Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas merupakan sejauh mana alat ukur (tes) itu akurat dan tepat dalam melakukan tugas pengukurannya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut melakukan fungsi pengukuran dengan benar atau memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan pengukuran. Artinya hasil pengukuran mencerminkan fakta atau keadaan sebenarnya dari orang yang diukur.¹²

Jika hasil tes memenuhi kriteria atau berada di antara hasil tes dan kriteria, ini dianalisis dengan menggunakan rumus korelasi

¹² *Ibid.*, 143.

Pearson yang diusulkan, yang dikenal sebagai rumus korelasi *product moment* melalui *Microsoft Excel*.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas digunakan untuk menentukan apakah hasil pengujian (pengukuran) tetap stabil. Anda dapat mengandalkan ini ketika hasil data yang sama diperoleh dari beberapa pengukuran pada objek yang sama.¹³ Untuk mengukur uji reliabilitas instrumen menggunakan rumus *Alpha* dengan bantuan program *Microsoft Excel*.

I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengukuran normalitas yang paling sederhana adalah grafik distribusi frekuensi data. Jika kumpulan data cukup besar dan distribusinya tidak 100% normal (tidak cukup normal), maka kesimpulan yang diambil mungkin salah. Untuk menghindari kesalahan tersebut, peneliti mengambil bantuan program SPSS versi 20.0 dalam teknik analisis data ini untuk mengetahui apakah distribusi data normal atau tidak. Jika nilai signifikansi (probabilitas) lebih besar (>) dari 0,05 dan nilai signifikansi (probabilitas) lebih besar (>) dari 0,05, maka data berdistribusi

¹³ Duwi Priyanto, *Belajar, Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016), 154.

normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara dua variabel yang diuji secara statistik. Uji ini digunakan untuk mencari model garis regresi dari variabel X (independen) ke variabel Y (dependen).¹⁴ Peneliti menggunakan SPSS versi 20.0 untuk menguji linieritas. Jika *P-value* lebih besar dari nilai α , maka H_0 diterima dan garis regresi X1 - Y, X2 - Y dan X3 - Y adalah linear.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terdapat hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antara dua atau lebih variabel bebas dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak adanya masalah multikolinieritas. Secara umum, untuk mendeteksi multikolinieritas, yaitu melihat nilai toleransi dan VIF (*Varian Inflation Factor*) pada hasil regresi linier. Interpretasi dari hasil uji multikolinieritas menyatakan bahwa jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF lebih besar dari 10, terjadi

¹⁴ Wulandari, *Op. cit.*, 55.

masalah multikolinearitas.¹⁵ pada pengujian ini, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 20.0.

d. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terdapat varians dari varians residual model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Untuk menguji uji heteroskedastisitas, peneliti menggunakan uji *Spearman's rho* dengan menggunakan program SPSS versi 20.0.

2. Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis data yang digunakan untuk merumuskan rumusan masalah 1, 2, dan 3 menggunakan regresi linier sederhana. Untuk mendapat model regresi linier sederhana peneliti menggunakan program SPSS versi 20.0. Ketentuan dalam penerimaan dan penolakan hipotesis yaitu:

H_a : diterima bila $F_{hitung} < F_{\alpha(P;N-P-1)}$

H_o : ditolak bila $F_{hitung} > F_{\alpha(P;N-P-1)}$

b. Uji Linier Berganda dengan 2 Variabel Bebas

Teknik analisis data yang digunakan untuk merumuskan nomor 4 adalah penggunaan regresi linier berganda dengan dua variabel bebas. Untuk mendapatkan model regresi linier berganda, ada 2 variabel independen yaitu menggunakan program SPSS versi 20.0. hipotesis dapat diterima dan ditolak dengan mengikuti kriteria berikut.

¹⁵ Edi Irawan, *Pengantar Statistika Penelitian Pendidikan* (Yogyakarta: Aura Pustaka, 2014), 326.

H_a : diterima bila $F_{hitung} < F_{\alpha(P;N-P-1)}$

H_o : ditolak bila $F_{hitung} > F_{\alpha(P;N-P-1)}$



BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Objek penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo yang berjumlah 327 mahasiswa. Dalam bab ini akan dijelaskan tentang deskripsi data dari variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu variabel motivasi hedonik, kemanan, manfaat dan minat. Perhitungan yang digunakan adalah statistik dengan metode analisis regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

1. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo merupakan fakultas yang paling muda diantara fakultas lainnya. Pendirian fakultas ini tidak terlepas dari fakultas tertua yaitu Fakultas Ilmu Syari'ah IAIN Ponorogo, karena pada awalnya merupakan bagian dari Jurusan Syariaah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo yang kini berganti nama menjadi Ilmu Syariaah IAIN Ponorogo.¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dimajukan melalui program sarjana Ekonomi Syariaah dan Perbankan Syariaah yang merupakan bagian dari Jurusan Syari'ah. Kedua prodi tersebut diterima pada tahun 2014 oleh Ditjen Pendis dengan SK No.

¹ Sejarah FEBI, dalam www.febi.iainponorogo.ac.id, (diakses pada tanggal 24 Januari 2023, jam 14.40)

7062 Tahun 2014. Selain itu, pada tahun 2015 Program Pembelajaran Zakat dan Wakaf juga dibuka dengan SK Ditjen Pendis tentang Izin Usaha No. 7062. 4723 Tahun 2015 Berdasarkan nomenklatur unit studi, unit studi zakat dan wakaf akhirnya diubah menjadi pengelolaan zakat dan wakaf pada tahun 2017 dengan keputusan Dirjen. TIDAK. 2084 pada tahun 2017.²

Pembukaan Fakultas Ekonomi Islam IAIN Ponorogo bertepatan dengan pengalihan jabatan IAIN Ponorogo ke IAIN Ponorogo yang dilaksanakan dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 75 Tahun 2016, Agustus 2016. 1st. 2016. Nama Fakultas Ekonomi Islam Institut IAIN Ponorogo secara jelas disebutkan dalam Keputusan Menteri Agama RI No. 75 Tahun 2016. 49 Tahun 2016 IAIN Ponorogo Pasal 11 tentang Organisasi dan Tata Kerja dan dipertegas lebih lanjut dengan Keputusan Menteri Agama RI No. 59 Tahun 2016 tentang Tata Tertib IAIN Ponorogo.³

Sebagai fakultas termuda, Fakultas Ekonomi Islam IAIN Ponorogo terus berupaya terutama meningkatkan kualitas pendidikan dan peningkatan sumber daya manusia, agar jumlah mahasiswa terus bertambah karena animo masyarakat yang positif. Dalam rangka meningkatkan mutu pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah melakukan berbagai upaya, misalnya sesuai

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

dengan minat dan kemampuannya. , dan yang tidak kalah pentingnya adalah akreditasi program sarjana/fakultas yang sebelum tahun 2018 Departemen Ekonomi Syariah mengakreditasi akreditasi B sedangkan Departemen Perbankan Syariah dan MAZAWA dalam akreditasi untuk mengatasi masalah tersebut. ⁴

2. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI)

a. Visi

“Pusat Penelitian dan Pengembangan Ekonomi dan Bisnis Islam Unggul dalam Kewirausahaan, Kemitraan Bisnis, Zakat dan Wakaf pada Tahun 2023.”⁵

b. Misi

1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2023.⁶

2) Lakukan riset tentang Ekonomi Islam dan Kewirausahaan, Manajemen Bisnis Kemitraan, Zakat dan Wakaf dengan penawaran cemerlang di tahun 2023.⁷

⁴ *Ibid.*

⁵ Visi Misi dan Tujuan FEBI, dalam www.febi.iainponorogo.ac.id, (diakses pada tanggal 24 Januari 2023, jam 14.58)

⁶ *Ibid.*

⁷ *Ibid.*

- 3) Melakukan pengabdian masyarakat yang unggul dalam Kewirausahaan, Bisnis Afiliasi, Zakat dan Wakaf pada tahun 2023⁸
- 4) Kerjasama dengan berbagai lembaga dalam dan luar negeri di bidang kewirausahaan, pengelolaan perusahaan mitra, zakat dan wakaf tahun 2023⁹

c. Tujuan

Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Ponorogo adalah sebagai berikut.

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran kewirausahaan, manajemen kemitraan, zakat dan wakaf dalam keuangan syariah dan keunggulan bisnis pada tahun 2023¹⁰
- 2) Lakukan riset tentang Ekonomi Islam dan Kewirausahaan, Manajemen Bisnis Kemitraan, Zakat dan Wakaf dengan penawaran cemerlang di tahun 2023¹¹
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang prima di bidang kewirausahaan, kemitraan, zakat dan wakaf pada tahun 2023¹²
- 4) Menjalinkan kerjasama dengan berbagai lembaga dalam dan luar negeri di bidang kewirausahaan, pengelolaan perusahaan kemitraan, zakat dan wakaf pada tahun 2023¹³

⁸ *Ibid.*

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Ibid.*

¹² *Ibid.*

¹³ *Ibid.*

3. Karakteristik Responden

Gambaran umum responden penelitian ini mengikuti karakteristik yaitu. dari jurusan mana mahasiswa (responden) berasal, karakteristik responden penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1
Rekapitulasi Responden Penelitian

Jurusan	Jumlah	Presentase
Ekonomi Syariah	13	17%
Perbankan Syariah	60	79%
Manajemen Wakaf dan Zakat (Mazawa)	3	4%
Total	76	100%

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari responden yang berjumlah 76 mahasiswa, untuk responden jurusan ekonomi syariah 13 orang dengan presentase 17%, kemudian jurusan perbankan syariah berjumlah berjumlah 60 orang dengan presentase 79% sedangkan jurusan manajemen zakat dan wakaf berjumlah 3 orang dengan presentase 4%.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Validitas ini dilakukan untuk mengetahui instrumen yang akan digunakan dalam kuisisioner dapat digunakan dengan sebenarnya atau tidak. Untuk menguji validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini peneliti mengambil 30 mahasiswa dari 76 sampel mahasiswa yang telah ditentukan. Pada pengujian validitas ini dilakukan perbandingan antara R_{hitung} dengan R_{tabel} , dengan syarat

apabila nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka instrumen (item pertanyaan) tersebut valid (dapat digunakan). Namun apabila nilai $R_{hitung} < R_{tabel}$ maka instrumen tersebut tidak valid/tidak dapat digunakan. Untuk nilai R_{tabel} pada sampel sebanyak 30 taraf signifikansi 5% yaitu 0,361.

Variabel motivasi hedonik, item yang diujikan sebanyak 4 item instrumen dinyatakan valid. Adapun hasil perhitungan validitas setiap instrumen dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel X-1 (Motivasi Hedonik)

No Item	"r" _{hitung}	"r" _{tabel}	Keterangan
1	0,949	0,361	Valid
2	0,705	0,361	Valid
3	0,940	0,361	Valid
4	0,952	0,361	Valid

Untuk variabel keamanan terdiri dari 4 instrumen yang diujikan pada kuisisioner, dan dinyatakan valid seluruhnya. Untuk mengetahui hasil perhitungan validitas pada variabel kemanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel X-2 (Keamanan)

No Item	"r" _{hitung}	"r" _{tabel}	Keterangan
1	0,850	0,361	Valid
2	0,644	0,361	Valid
3	0,795	0,361	Valid
4	0,701	0,361	Valid

Sedangkan variabel manfaat dari 8 item instrumen semuanya dinyatakan valid. Berikut hasil pengujian validitas instrumen.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Variabel X-3 (Manfaat)

No Item	"r" _{hitung}	"r" _{tabel}	Keterangan
1	0,878	0,361	Valid
2	0,587	0,361	Valid
3	0,851	0,361	Valid
4	0,460	0,361	Valid
5	0,883	0,361	Valid
6	0,525	0,361	Valid
7	0,910	0,361	Valid
8	0,677	0,361	Valid

Pada variabel minat telah dilakukan pengujian instrumen sebanyak 6 item. Semuanya dinyatakan valid dengan mengacu pada tabel berikut.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Instrument Variabel Y (Minat)

No Item	"r" _{hitung}	"r" _{tabel}	Keterangan
1	0,901	0,361	Valid
2	0,858	0,361	Valid
3	0,885	0,361	Valid
4	0,660	0,361	Valid
5	0,556	0,361	Valid
6	0,534	0,361	Valid

2. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai *croanbach alpha* lebih besar dari 0,6, apabila sebaliknya maka instrument tersebut dapat dikatakan tidak reliabel. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4.6
Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Croanbach Alpha	Keterangan
Motivasi Hedonik	4 Item	0,910	Reliabel
Keamanan	4 Item	0,737	Reliabel
Manfaat	8 Item	0,872	Reliabel
Minat	6 Item	0,835	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai croanbach alpha lebih besar dari 0,6. Sehingga variabel motivasi hedonik, keamanan, manfaat dan minat dinyatakan reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

Pengujian deskriptif ini dilakukan dengan tujuan untuk menggambarkan distribusi frekuensi dari hasil jawaban responden sesuai hasil angket (kuesioner) penelitian yang telah disebar.

1. Variabel Motivasi Hedonik (X1)

Dari angket penelitian variabel motivasi hedonik dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Responden Variabel Motivasi Hedonik-X1

X1	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
A1	17	22,4	26	34,2	17	22,4	10	13,2	6	7,9
A2	15	19,7	33	43,4	19	25,0	6	7,9	3	3,9
A3	12	15,8	30	39,5	20	26,3	10	13,2	4	5,3
A4	14	18,4	27	35,5	20	26,3	7	9,2	8	10,5

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi dari setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut.

- a. "Saya merasa senang saat menggunakan layanan BSI Mobile." Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 7,9%, setuju (S) sebesar 13,2%, netral (N) sebesar 22,4%, tidak setuju (TS) sebesar 34,2% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 22,4%.
- b. "Layanan BSI Mobile sangat menyenangkan hati saya saat bertransaksi." Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 3,9%, setuju (S) sebesar 7,9%, netral (N) sebesar 25,0%, tidak setuju (TS) sebesar 43,4% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 19,7%.
- c. "Saya merasa terhibur saat menggunakan layanan BSI Mobile." Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 75,3%, setuju (S) sebesar 13,2%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 39,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 15,8%.
- d. "Saya sangat menikmati saat menggunakan layanan BSI Mobile." Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10,5%, setuju (S) sebesar 9,2%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak

setuju (TS) sebesar 35,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 18,4%.

2. Variabel Keamanan (X2)

Dari angket penelitian variabel kewanaman dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Responden Variabel Keamanan-X2

X2	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
B1	13	17,1	32	42,1	17	22,4	6	7,9	8	10,5
B2	19	25,0	30	39,5	15	19,7	8	10,5	4	5,3
B3	15	19,7	29	38,2	17	22,4	9	11,8	6	7,9
B4	12	15,8	41	53,9	13	17,1	5	6,6	5	6,6

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi dari setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut.

a. “Saya merasa aman saat menggunakan layanan BSI Mobile.”

Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10,5%, setuju (S) sebesar 7,9%, netral (N) sebesar 22,4%, tidak setuju (TS) sebesar 42,1% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 17,1%.

b. “Keamanan pada BSI Mobile sangat bagus, di dalamnya terdapat fitur kewanaman dua langkah.”

Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 5,3%, setuju (S) sebesar 10,5%, netral (N)

sebesar 19,7%, tidak setuju (TS) sebesar 39,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 25,0%.

- c. “Bank selalu menjaga data saya saat menggunakan layanan BSI Mobile.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 7,9%, setuju (S) sebesar 11,8%, netral (N) sebesar 22,4%, tidak setuju (TS) sebesar 38,2% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 19,7%.
- d. “BSI Mobile merupakan aplikasi m-banking yang sangat menjaga kerahasiaan data nasabahnya.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 6,6%, setuju (S) sebesar 6,6%, netral (N) sebesar 17,1%, tidak setuju (TS) sebesar 53,9% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 15,8%.

3. Variabel Manfaat (X3)

Dari angket penelitian variabel kemanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Responden Variabel Manfaat-X3

	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3										
C1	19	25,0	28	36,8	13	17,1	9	11,8	7	9,2
C2	19	25,0	28	36,8	18	23,7	3	3,9	8	10,5
C3	15	19,7	27	35,5	20	26,3	8	10,5	6	7,9
C4	18	23,7	29	38,2	20	26,3	5	6,6	4	5,3
C5	18	23,7	23	30,3	20	26,3	9	11,8	6	7,9
C6	17	22,4	32	42,1	17	22,4	6	7,9	4	5,3
C7	16	21,1	24	31,6	21	27,6	8	10,5	7	9,2
C8	10	13,2	35	46,1	19	25,0	8	10,5	4	5,3

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi dari setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut.

- a. “Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah saat menggunakan layanan BSI Mobile.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 9,2%, setuju (S) sebesar 11,8%, netral (N) sebesar 17,1%, tidak setuju (TS) sebesar 36,8% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 25,0%.
- b. “BSI Mobile sangat mudah untuk dioperasikan.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10,5%, setuju (S) sebesar 3,9%, netral (N) sebesar 23,7%, tidak setuju (TS) sebesar 36,8% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 25,0%.
- c. “Saya merasa saat menggunakan layanan BSI Mobile dapat meningkatkan pengetahuan terhadap teknologi m-banking.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 7,9%, setuju (S) sebesar 10,5%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 35,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 19,7%.
- d. “Pengetahuan saya tentang m-banking menjadi bertambah saat bertransaksi menggunakan BSI Mobile.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 5,3%, setuju (S) sebesar 6,6%, netral

- (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 38,2% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 23,7%.
- e. “Saya merasa saat menggunakan BSI Mobile dapat mempercepat waktu penelusuran informasi yang saya butuhkan dalam perbankan.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 7,9%, setuju (S) sebesar 11,8%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 30,3% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 23,7%.
- f. “Menggunakan BSI Mobile sangatlah efisien.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 5,3%, setuju (S) sebesar 7,9%, netral (N) sebesar 22,4%, tidak setuju (TS) sebesar 42,1% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 22,4%.
- g. “Saya merasakan system layanan BSI Mobile bermanfaat dalam pekerjaan.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 9,2%, setuju (S) sebesar 10,5%, netral (N) sebesar 27,6%, tidak setuju (TS) sebesar 31,6% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 21,1%.
- h. “BSI Mobile dapat meringankan pekerjaan saya dalam dunia perbankan maupun lainnya.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat

setuju (SS) sebesar 5,3%, setuju (S) sebesar 10,5%, netral (N) sebesar 25,0%, tidak setuju (TS) sebesar 46,1% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 13,2%.

4. Variabel Minat (Y)

Dari angket penelitian variabel kemanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Responden Variabel Minat-Y

	STS		TS		N		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3	16	21,1	27	35,5	18	23,7	7	9,2	8	10,5
D1	13	17,1	28	36,8	20	26,3	8	10,5	7	9,2
D2	14	18,4	27	35,5	19	25,0	8	10,5	8	10,5
D3	12	15,8	34	44,7	18	23,7	7	9,2	5	6,6
D4	12	15,8	33	43,4	21	27,6	5	6,6	5	6,6
D5	9	11,8	36	47,4	20	26,3	7	9,2	4	5,3

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi dari setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut.

- a. “Saya tertarik untuk menggunakan BSI *Mobile* karena dapat memudahkan transaksi perbankan.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10,5%, setuju (S) sebesar 9,2%, netral (N) sebesar 23,7%, tidak setuju (TS) sebesar 35,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 21,1%.
- b. “BSI *Mobile* sangat menarik dengan layanannya yang lengkap.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 9,2%, setuju

- (S) sebesar 10,5%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 36,8% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 17,1%.
- c. “Saya akan mereferensikan BSI Mobile pada orang lain.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 10,5%, setuju (S) sebesar 10,5%, netral (N) sebesar 25,0%, tidak setuju (TS) sebesar 35,5% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 18,4%.
- d. “Saya akan merekomendasikan BSI Mobile kepada nasabah BSI.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 6,6%, setuju (S) sebesar 9,2%, netral (N) sebesar 23,7%, tidak setuju (TS) sebesar 44,7% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 15,8%.
- e. “Saya mencari informasi tentang BSI Mobile melalui bank dan internet.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar 6,6%, setuju (S) sebesar 6,6%, netral (N) sebesar 27,6%, tidak setuju (TS) sebesar 43,4% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 15,8%.
- f. “Saya mencari informasi tentang BSI Mobile melalui Customer Service Bank.” Hasil distribusi data di atas menyebutkan bahwa presentase responden yang memilih sangat setuju (SS) sebesar

5,3%, setuju (S) sebesar 9,2%, netral (N) sebesar 26,3%, tidak setuju (TS) sebesar 47,4% dan sangat tidak setuju memperoleh presentase sebesar 11,8%.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel terikat dan variabel bebas dalam model regresi keduanya berdistribusi normal atau tidak. Set uji Kolmogrov-Smirnov yang terdapat dalam SPSS 20 digunakan dalam uji normalitas penelitian ini. penjelasannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas Dengan Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	15.0921053
	Std. Deviation	4.73639363
Most Extreme Differences	Absolute	.135
	Positive	.135
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		1.175
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas tersebut, nilai signifikansi $> \alpha$ yaitu ($0,127 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara dua variabel yang diuji secara statistik. Uji ini digunakan untuk mencari model garis regresi dari variabel X (independen) ke variabel Y (dependen). Peneliti menggunakan SPSS versi 20 untuk menguji linieritas. Jika P-value lebih besar dari nilai α , maka H_0 diterima dan garis regresi $X_1 - Y$, $X_2 - Y$ dan $X_3 - Y$ berbentuk linier.

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas Variabel Motivasi Hedonik-X1

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Motivasi Hedonik	Between Groups	(Combined)	1634.122	16	102.133	13.384	.000
		Linearity	1505.629	1	1505.629	197.302	.000
		Deviation from Linearity	128.493	15	8.566	1.123	.358
	Within Groups		450.233	59	7.631		
Total			2084.355	75			

Hasil yang diperoleh dari uji linieritas di atas adalah nilai F sebesar 1,123 dan signifikansi sebesar 0,358 yang terlihat pada kolom Deviasi Linieritas. Oleh karena itu, hubungan antara data penilaian variabel dikatakan linier karena tingkat signifikansi variabel motivasi dan minat hedonik berada di atas $(P) > 0,05$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 dan Y yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier.

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas Variabel Keamanan-X2

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Keamanan	Between Groups	(Combined)	1611.964	15	107.464	13.649	.000
		Linearity	1387.921	1	1387.921	176.284	.000

		Deviation from Linearity	224.043	14	16.003	2.033	.030
	Within Groups		472.392	60	7.873		
	Total		2084.355	75			

Hasil linieritas variabel keamanan di atas memberikan nilai F sebesar 2,033 dengan signifikansi 0,030 yang terlihat dari deviasi kolom linieritas. Dengan demikian, hubungan antara skor variabel-variabel tersebut dikatakan tidak linier karena tingkat signifikansi variabel jaminan dan kepentingan berada di atas ($P < 0,05$). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel X2 dan Y yang digunakan dalam penelitian ini tidak memiliki hubungan yang linier.

Tabel 4.14

Hasil Uji Linieritas Variabel Manfaat-X3

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat * Manfaat	Between Groups	(Combined)	1740.232	23	75.662	11.433	.000
		Linearity	1607.768	1	1607.768	242.948	.000
		Deviation from Linearity	132.465	22	6.021	.910	.583
	Within Groups		344.123	52	6.618		
	Total		2084.355	75			

Hasil linieritas variabel keamanan di atas memberikan nilai F sebesar 0,910 dengan signifikansi sebesar 0,583 yang ditunjukkan pada kolom deviasi. Dengan demikian, hubungan antara data peringkat variabel terbukti tidak linier karena tingkat

signifikansi kepastian dan variabel kepentingan berada di atas ($P > 0,05$). Dari sini dapat disimpulkan bahwa variabel X2 dan Y yang digunakan dalam penelitian ini memiliki hubungan yang linier.

c. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terdapat hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antara dua atau lebih variabel bebas dalam suatu model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak adanya masalah multikolinieritas. Secara umum, untuk mendeteksi multikolinieritas, yaitu melihat nilai toleransi dan VIF (Varian Inflation Factor) pada hasil regresi linier. Interpretasi dari hasil uji multikolinieritas menyatakan bahwa jika VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi masalah multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF lebih besar dari 10, terjadi masalah multikolinieritas. Dalam proses pengujian ini peneliti menggunakan program SPSS versi 20.0.

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.284	.790		2.891	.005		
	Motivasi Hedonik	.372	.151	.284	2.470	.016	.203	4.938
	Keamanan	.301	.135	.217	2.219	.030	.279	3.583
	Manfaat	.318	.094	.442	3.396	.001	.158	6.336

a. Dependent Variable: Minat

Berdasarkan tabel hasil pengujian multikolinieritas diketahui bahwa tidak terjadi hubungan multikolinieritas karena $VIF < 10$ yaitu ($4,938 < 10$), ($3,583 < 10$), ($6,336 < 10$).

d. Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas adalah uji untuk melihat apakah residual dalam persamaan regresi berganda adalah sama. Jika residualnya memiliki varians yang sama maka dikatakan homoskedastis, dan jika variansnya tidak sama/berbeda maka dikatakan heteroskedastis. Penelitian ini menggunakan metode uji korelasi *Rho Spearman*. Saat Anda melakukan uji heteroskedastisitas dengan SPSS, bandingkan tandanya dengan α . Jika $\text{Sig.} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan jika $\text{Sig.} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Motivasi Hedonik	Keamanan	Manfaat	abs_residua
Spearman's rho	Motivasi Hedonik	Correlation Coefficient	1.000	.819**	.893**	-.018
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.879
		N	76	76	76	76
	Keamanan	Correlation Coefficient	.819**	1.000	.830**	-.028
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.809
		N	76	76	76	76
	Manfaat	Correlation Coefficient	.893**	.830**	1.000	.066
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.570
		N	76	76	76	76
	abs_residua	Correlation Coefficient	-.018	-.028	.066	1.000
		Sig. (2-tailed)	.879	.809	.570	.
		N	76	76	76	76

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

Berdasarkan tabel hasil output penghitungan SPSS di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi Motivasi Hedonik (X1) sebesar $0,879 > 0,05$, sedangkan nilai signifikansi Keamanan (X2) sebesar $0,809 > 0,05$, dan nilai signifikansi Manfaat (X3) sebesar $0,570 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastis.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Setelah tahap pengujian asumsi klasik dilakukan dengan bantuan program SPSS 20, maka tahap selanjutnya adalah menganalisis data tersebut. Berikut uraian analisis data yang berkaitan yaitu:

a. Analisis data Pengaruh Motivasi Hedonik terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan data yang terkumpul dan yang sudah normal, maka dilakukan pengujian regresi linier sederhana guna mengetahui terkait ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X1 dan variabel Y yaitu motivasi hedonik dan minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, maka peneliti menggunakan penghitungan program SPSS versi 20. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

IAIN
P O N O R O G O

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Motivasi Hedonik Terhadap Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.041	.859		4.706	.000
	Motivasi Hedonik	1.112	.080	.850	13.875	.000

a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel koefisien di atas regresi variabel motivasi hedonik (X1) sebesar (1,112) berarti menggambarkan bahwa motivasi hedonik memiliki pengaruh yang positif terhadap minat mahasiswa. Dan persamaan regresi yang dapat ditemukan adalah $Y=4,041+1,112X_1+e$. Dari persamaan tersebut maka dapat dianalisis bahwa, jika variabel motivasi hedonik (X1) naik 1 poin sebesar 1,112 maka variabel minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 1,112.

Tabel 4.18
Model Summary Pengaruh Motivasi Hedonik Terhadap Minat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.850 ^a	.722	.719	2.797

a. Predictors: (Constant), Motivasi Hedonik

Tabel di atas dapat digunakan untuk mencari kontribusi motivasi hedonik dengan menghitung besar R determinan. Tabel menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,850. Dari output

hasil penghitungan tersebut diperoleh koefisien (R^2) sebesar 0,722 yang bermakna bahwa pengaruh motivasi hedonik terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebesar 72,2% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Sehingga variabel motivasi hedonik berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $13,875 > 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka kesimpulannya H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel motivasi hedonik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

b. Analisis data Pengaruh Keamanan terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*

Berdasarkan data yang telah terkumpul dan yang sudah normal, maka dilakukan pengujian regresi linier sederhana guna mengetahui terkait ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X3 dan variabel Y yaitu manfaat dan minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, maka peneliti menggunakan penghitungan program SPSS versi 20. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.19
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Keamanan Terhadap Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.166	.966		4.313	.000
	Keamanan	1.128	.093	.816	12.144	.000

a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel koefisien di atas regresi variabel keamanan (X_2) sebesar (1,128) berarti menggambarkan bahwa keamanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat mahasiswa. Dan persamaan regresi yang dapat ditemukan adalah $Y=4,166+1,128X_2+e$. Dari persamaan tersebut maka dapat dianalisis bahwa, jika variabel keamanan (X_2) naik 1 poin sebesar 1,128 maka variabel minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 1,128.

Tabel 4.20
Model Summary Pengaruh Keamanan Terhadap Minat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.666	.661	3.068

a. Predictors: (Constant), Keamanan

Tabel di atas digunakan untuk mencari kontribusi variabel manfaat dengan menghitung besar R determinan. Tabel menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,816. Dari output hasil penghitungan tersebut diperoleh koefisien (R^2) sebesar 0,666 yang bermakna bahwa pengaruh manfaat

terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebesar 66,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Sehingga variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $12,144 > 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

c. **Analisis data Pengaruh Manfaat terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI Mobile**

Berdasarkan data yang telah terkumpul dan yang sudah normal, maka dilakukan pengujian regresi linier sederhana guna mengetahui terkait ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X_3 dan variabel Y yaitu manfaat dan minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, maka peneliti menggunakan penghitungan program SPSS versi 20. Lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.21
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Manfaat Terhadap Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.771	.832		3.329	.001
	Manfaat	.632	.040	.878	15.800	.000

a. Dependent Variable: Minat

Dari tabel koefisien di atas regresi variabel manfaat (X_3) sebesar (0,632) berarti menggambarkan bahwa manfaat memiliki pengaruh yang positif terhadap minat mahasiswa. Dan persamaan regresi yang dapat ditemukan adalah $Y=2,771+0,632X_3+e$. Dari persamaan tersebut maka dapat dianalisis bahwa, jika variabel manfaat (X_3) naik 1 poin sebesar 0,632 maka variabel minat mahasiswa (Y) akan naik sebesar 0,632.

Tabel 4.22

Model Summary Pengaruh Manfaat Terhadap Minat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.878 ^a	.771	.768	2.538
a. Predictors: (Constant), Manfaat				

Tabel di atas digunakan untuk mencari kontribusi variabel manfaat dengan menghitung besar R determinan. Tabel menunjukkan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,878. Dari output hasil penghitungan tersebut diperoleh koefisien (R^2) sebesar 0,771 yang bermakna bahwa pengaruh manfaat terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebesar 77,1% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Artinya manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $15,800 > 1,995$ dan nilai

signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

d. Analisis data Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan dan Manfaat terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*

Berdasarkan data yang telah terkumpul dan yang sudah normal, maka dilakukan pengujian regresi linier berganda guna mengetahui terkait ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X_1 , X_2 , X_3 dan variabel Y yakni motivasi hedonik, keamanan, manfaat dan minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, maka peneliti menggunakan penghitungan program SPSS versi 20. Lebih jelas dapat dilihat pada table berikut.

Tabel 4.23
Tabel ANOVA Motivasi Hedonik, Keamanan dan Manfaat Terhadap Minat

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1682.507	3	560.836	100.486	.000 ^b
	Residual	401.848	72	5.581		
	Total	2084.355	75			
a. Dependent Variable: Minat						
b. Predictors: (Constant), Manfaat, Keamanan, Motivasi Hedonik						

Tabel Anova di atas diperoleh F_{hitung} sebesar $100,486 > F_{tabel} (2,73)$ dengan tingkat signifikansi/probabilitas sebesar $0,000$

$< 0,05$, sehingga H_{04} ditolak dan H_{14} diterima. Sehingga hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh yang signifikan antara motivasi hedonik (X_1), keamanan (X_2) dan manfaat (X_3) terhadap minat (Y) adalah yang diterima. Kesimpulan yang dapat diambil yakni ada pengaruh antara motivasi hedonik (X_1), keamanan (X_2) dan manfaat (X_3) terhadap minat (Y).

Tabel 4.24
Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Motivasi Hedonik,
Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.284	.790		2.891	.005
	Motivasi Hedonik	.372	.151	.284	2.470	.016
	Keamanan	.301	.135	.217	2.219	.030
	Manfaat	.318	.094	.442	3.396	.001

a. Dependent Variable: Minat

abel koefisien di atas dapat digunakan untuk membuat persamaan regresi berikut.

$$Y = 2,284 + 0,372 X_1 + 0,301 X_2 + 0,318 X_3$$

Melalui persamaan regresi tersebut kemudian dianalisis bahwa jika variabel motivasi hedonik (X_1) naik 1 poin sebesar 0,372 maka variabel minat (Y) juga akan naik 1 poin sebesar 0,372. Begitu pula jika variabel keamanan (X_2) naik 1 poin sebesar 0,301 maka variabel minat (Y) akan naik 1 poin sebesar 0,301. Kemudian akan terjadi hal yang sama pada variabel manfaat (X_3) jika naik 1 poin sebesar 0,318 maka variabel minat (Y) akan naik 1 poin sebesar 0,318.

Tabel 4.25
Model Summary Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat
Terhadap Minat

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.807	.799	2.362
a. Predictors: (Constant), Manfaat, Keamanan, Motivasi Hedonik				

Tabel di atas menyatakan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,898 dan besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi merupakan pengkuadratan R. Dari hasil output tersebut kemudian diperoleh koefisien (R^2) sebesar 0,807 yang bermakna bahwa terdapat pengaruh motivasi hedonik, keamanan dan manfaat terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sebesar 80,7% sedangkan sisa yang lain dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Artinya variabel motivasi hedonik, keamanan dan manfaat secara bersamaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $100,486 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Menurut hal ini maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_4 diterima sehingga motivasi hedonik, keamanan dan manfaat memiliki

pengaruh positif signifikan secara simultan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh motivasi hedonik, keamanan, dan manfaat terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *Mobile*.

1. Pengaruh Motivasi Hedonik (X_1) Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile* Secara Parsial

Motivasi hedonik yaitu tingkat di mana seseorang merasa bahwa menggunakan suatu system atau teknologi membuat rasa senang dan terhibur dengan apa yang ada didalamnya. *Hedonic Motivation* merupakan motivasi kesenangan yang diperoleh dari penggunaan suatu sistem atau teknologi.¹⁴ Dari penggunaan teknologi tersebut maka akan timbul kesenangan dari dalam diri seseorang. Motivasi hedonis ini mengacu pada tingkat kesenangan yang diperoleh dari menggunakan layanan *M-Banking*.

Hasil uji secara parsial antara motivasi hedonik dengan minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* menyatakan bahwa motivasi hedonik berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

Pernyataan tersebut mengacu pada hasil uji parsial yang ditunjukkan pada nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $13,875 > 1,995$

¹⁴ Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel motivasi hedonik berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI mobile*. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi tingkat motivasi hedonik pada suatu teknologi, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut, termasuk juga pada *BSI mobile*. Motivasi hedonik pada diri mahasiswa akan meningkatkan minat yang begitu besar untuk menggunakan layanan *BSI mobile*, di mana *BSI mobile* disini dapat memberikan rasa senang, menghibur dan tentunya memberikan kemudahan saat mahasiswa bertransaksi sehingga motivasi hedonik memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI mobile* tersebut. Namun demikian variabel motivasi hedonik di sini belum tentu dapat dijadikan doktrin bahwasannya jika setiap mahasiswa yang menggunakan *BSI mobile* itu mencerminkan bahwa dia memiliki sifat hedonisme. Akan tetapi, penggunaan *BS mobile* ini digunakan karena kebutuhan aktivitas perbankan yang sering dilakukan oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo sehingga menimbulkan efek kesenangan dalam diri mahasiswa. Sehingga diharapkan kepada mahasiswa untuk menggunakan *BSI mobile* dengan bijak dan penuh pertimbangan.

2. Pengaruh Keamanan (X_2) Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*

Keamanan adalah suatu kemampuan untuk menyimpan informasi atau data nasabah dari tindak penipuan dan pencurian dalam internet banking.¹⁵ Keamanan merupakan faktor utama dalam layanan internet banking maupun mobile banking, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan seseorang untuk terus menggunakannya. Seiring bertambah pesatnya teknologi, kejahatan internet semakin mengintimidasi sehingga kerahasiaan data serta keamanannya sangat penting dalam penggunaan internet banking maupun mobile banking. Masalah mengenai keamanan ini sering kali menjadi perhatian utama oleh pengguna dalam menggunakan teknologi.

Sebagian banyak pengguna teknologi tidak begitu memperhatikan resiko kejahatan internet, bahkan pengguna beranggapan bahwa pihak bank telah menjamin keamanan dan kerahasiaan datanya padahal belum tentu data nasabah tersebut terjaga dengan baik di tangan bank.

Hasil uji variabel keamanan dengan minat mahasiswa menggunakan BSI mobile menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI

¹⁵ Ahmad dan Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Program Layanan Internet Banking BRI", *Jurnal Studi Manajemen* Volume 8, Nomor 1, 2014, 1.

mobile. Hal ini mengacu pada nilai $T_{hitung} 12,144 > T_{tabel} 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

3. Pengaruh Manfaat (X_3) Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja kerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi.¹⁶

Hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*. Pernyataan ini mengacu pada hasil uji parsial yaitu pada nilai $T_{hitung} 15,800 > T_{tabel} 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Sehingga kesimpulan yang dapat diambil yaitu variabel manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat manfaat suatu teknologi, maka semakin tinggi pula minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. BSI *mobile*

¹⁶ Davis, "Preived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology", *Jurnal Management Information System* (Online) Volume 13, Nomor 3, 320.

memberikan begitu banyak manfaat diantaranya dapat mempersingkat waktu nasabah dalam melakukan transaksi sehingga manfaat BSI *mobile* ini dapat menarik minat penggunanya dan manfaat ini memiliki pengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan BSI *mobile*.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Bastian Amanullah yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa manfaat berpengaruh signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.

4. Pengaruh Motivasi Hedonik (X_1), Keamanan (X_2), dan Manfaat (X_3) Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile* Secara Simultan

Pengaruh motivasi hedonik, keamanan dan manfaat terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile* berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $100,486 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima yang berarti motivasi hedonik, keamanan, dan manfaat secara simultan (bersamaan) berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

Variabel yang paling berpengaruh dalam menggunakan BSI *Mobile* adalah variabel manfaat yakni dilihat dari hasil uji parsial

(t) dengan signifikansi 0,000 dan T_{hitung} sebesar 15,800 yang artinya nilai manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *BSI mobile*.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil data yang telah diolah dan dianalisis dalam penelitian mengenai “Pengaruh Motivasi Hedonik, Keamanan Dan Manfaat Terhadap Minat Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo Menggunakan BSI *Mobile*” dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Variabel motivasi hedonik berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $13,875 > 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga kesimpulannya H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel motivasi hedonik memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.
2. Variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $12,144 > 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.
3. Variabel manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $15,800 > 1,995$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 <$

0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*.

4. Variabel motivasi hedonik, keamanan dan manfaat secara bersamaan terhadap minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile* berdasarkan pengujian perbandingan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $100,486 > 2,73$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Menurut hal ini maka kesimpulan yang dapat diambil adalah H_0 ditolak dan H_4 diterima sehingga secara simultan motivasi hedonik, keamanan dan manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo menggunakan BSI *mobile*.

B. Saran

Menurut hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka saran yang dapat ditambahkan dari hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)
 - a. Diharapkan fitur dalam BSI *mobile* dapat ditambahkan lagi, terutama pada fitur pembayaran digital agar transaksi nasabah semakin mudah dan cepat. Juga BSI *mobile* diharapkan dapat berkembang serta berinovasi yang lebih baik lagi kedepannya sehingga dapat bersaing serta dapat menjadi aplikasi yang disenangi oleh segala kalangan masyarakat.

- b. Perlunya pemberian arahan kepada nasabah baru untuk melakukan transaksi non tunai dan penjelasan mengenai aplikasi BSI *mobile* yang dapat digunakan dengan mudah serta telah dilengkapi keamanan yang baik sehingga kerahasiaan data nasabah terjamin.
- c. Meningkatkan kembali mutu dan kualitas, karena pengguna/nasabah masih sering mengalami error/kendala saat melakukan transaksi pada BSI *mobile*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dikembangkan atau digunakan sebagai pembandingan penelitian selanjutnya di masa mendatang. dan juga peneliti selanjutnya hendaknya meneliti dengan menambah atau mengganti faktor lainnya yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan BSI *mobile*. Serta dapat menambah sampel penelitian yang lebih banyak dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan baik.

3. Bagi Mahasiswa/nasabah

Sebagai mahasiswa yang tentunya juga sebagai nasabah/pengguna BSI *mobile* hendaknya dapat dengan bijak dalam penggunaan *mobile banking* dan harus tetap berhati-hati dalam bertransaksi.

P O N O R O G O

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad dan Pambudi. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet *Banking* Pada Program Layanan Internet *Banking* BRI”. *Jurnal Studi Manajemen*. Volume 8, Nomor 1. 2014.
- Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors Influencing Adoption of Mobile Banking by Jordanian Bank Customers : Extending UTAUT2 with Trust. *International Journal of Information Management*, 37(3), 99–110. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt>
- Amanullah. Bastian . “Pengaruh Persepsi Manfaat, “Kemudahan Penggunaan, dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan *Mobile Banking*”. *Skripsi*. Semarang. 2014.
- Amarta, Clarashita. “Pengaruh Atribut Hotel Dan Motivasi Hedonik Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Hyatt Yogyakarta”. *jurnal pemasaran*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. 2016.
- Arasu, Raman., Viswanathan. *Web Services and e-Shopping Decisions: A Study on Malaysian e-Consumer. IJCA Special Issue on: Wireless Information Networks & Business Information System*. 2011.
- Asnawi. “*Teori Motivasi*”. Jakarta: Studia Press. 2002.
- Astuti, Wiji Nur. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2011.
- [Baptista, G.](#) dan [Oliveira, T.](#) "Why so serious? Gamification impact in the acceptance of mobile banking services". *Internet Research*. Vol. 27 No. 1. 2017.
- Beliana, Shinta Bella Tri. “Pengaruh *Brand Image*, Kemudahann Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di Aplikasi Layanan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Jakabaring”, *Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah. 2022
- BSI, “Pasca Single System, BSI Yakin Kinerja dan Aset Perusahaan Akan Semakin Besar”, diakses pada 04/11/2021 pukul 11:16, <https://www.bankbsi.co.id>
- Davis. “Preived Usefulnes, Perceived Ease Of Use, And User Acceptance Of Information Tecnology”. *Jurnal Management Information System (Online)* Volume 13, Nomor 3. 1989.

- Dewi, Nurkumala. "Pengaruh Kemudahan Dan Manfaat Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI Mobile)". *Skripsi*. Curup: Institut Agama Islam Negeri Curup. 2023.
- Ferdinand, Augusty. "*Metode Penelitian Manajemen*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2006.
- Hadi, Syamsul. Novi. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking". *jurnal fe*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. 2015.
- Hamalik, Oemar. *Psikologi Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru. 1992.
- Himawati, Reza Resita. "Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Syariah Solo)". *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2018.
- Ikhwana, Musarifah., Anggraini, Yulia. "Analisis Motivasi Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Magetan Mt Haryono 01". *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research* Vol. 1 No. 2, 2021.
- Irawan, Edi. *Pengantar Statistika Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Aura Pustaka. 2014.
- Iskandar, Hendra. "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology". *MIS Quarterly*. Volume 13, Nomor 3 Probolinggo: Universitas Panca Marga. 2016.
- Juliansya, Arius. "Pengaruh teknologi informasi kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking". *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah. 2018.
- KBBI (Online) <https://kbbi.web.id/minat> dikembangkan oleh Ebta Setiawan, diakses pada 01 Maret 2022.
- Komarudin. *Kamus Perbankan*. Jakarta: Grafindo. 1994.
- Ledesman, Mario. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking". *Skripsi*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan. 2018.
- Lee. *Pengantar Manajemen*. Salemba Empat: Jakarta. 2009.

- Lian, J. W. Critical factors for cloud based e-invoice service adoption in Taiwan: An empirical study. *International Journal of Information Management*. 35(1). 2015. 98–109. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt>
- Mandatra, Muhammad Ilham dan Yudi Sutarso. “Pengaruh Kegunaan Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi, dan Risiko Terhadap Niat Perilaku pada Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya”. *Jurnal of Business and Banking*. Volume 9, Nomor 1. 2019.
- Maula, Ngizaul Fatul. “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening” (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo). *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2021.
- Mukaromah, Binti. “Pengaruh Motivasi, Pengetahuan, Persepsi, Kepercayaan, Dan Sikap Terhadap Minat Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”. *Skripsi*. Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. 2021.
- Mukhtisar. “Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”. *Global Journal Of Islamic Banking And Finance*. Volume 3, Nomor 1. 2021.
- Ni'mah, Arini Nafisatun. “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat Dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah Pada Mahasiswa Di Kudus”. *Skripsi*. Kudus: IAIN Kudus. 2022.
- Novitasari, Femmy. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan M-Banking Syariah Pada Masa Pandemi Covid-19”. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta. 2021.
- Nugraha, Ahmad Tjachja., dkk. *Pengantar Kewirausahaan Mengenal, Memahami Dan Mencintai Dunia Bisnis* Ed. I. Yogyakarta: ANDI. 2021.
- Nurtyastuti, Dini. “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa FEBI IAIN Salatiga”. *Skripsi*. Salatiga: IAIN Salatiga. 2020.
- Patel, K. J., & Patel, H. J. Adoption of Internet Banking Services in Gujarat: An Extension of TAM with Perceived Security and Social Influence. *International Journal of Bank Marketing*. 36(1). 2016. 147–169.

- Priyatno, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Purboyo. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia. 2021.
- Ratnaningrum, Devi. “Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia”. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia. 2022
- Safitri, Nindi Eli. “Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Di Bank BSI KCP Kencong”. *Skripsi*. Jember: Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember. 2022.
- Sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Santika, Nutri. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Syariah Indonesia KCP Kayuagung”. *Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah Palembang. 2022.
- Sari, F. K., Safitri, N., & Anggraini, W. Trust on Sharia M-Banking : Evidance on Milenials Generations. *Journal of Islamic Economic Scholar*. 1(1). 2019. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/games/article/viewFile/1143/642>
- Sejarah FEBI, dalam www.febi.iainponorogo.ac.id, (diakses pada tanggal 24 Januari 2023, jam 14.40)
- Setiawan, Ade. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Untk Menggunakan *Mobile Banking* Di Tengah Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah”. *Skripsi*. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo. 2022.
- Setiawan, Yonatan Ary. “Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Kebiasaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BCA Surabaya Yang Dimediasi Intensi Menggunakan”. *Skripsi*. STIE Perbanas: Surabaya. 2018.
- Shin, D. D. *The effects of trust, security and privacy in social networking: A security-based approach to understand the pattern of adoption. Interacting with Computers*. 22. 2010. <https://doi.org/10.1016/j.intcom>

- Sugiyono. *Metode Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2017.
- Suryani, Tatik. *Perilaku Konsumen di Era Internet “Implikasi pada Strategi Pemasaran”*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Teguh, Muhammad. *Metodologi Penulisan Ekonomi Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2005.
- Thaker M. A. B. M. T., Pitchay, A. B. A., Thaker, H. B. M. T., & Amin, M. F. Bin. Factors influencing consumers’ adoption of Islamic mobile banking services in Malaysia: An approach of partial least squares (PLS). *Journal of Islamic Marketing*. 10(4). 2019.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View. *MIS Quarterly*. 27(3). 2003.
- Visi Misi dan Tujuan FEBI, dalam www.febi.iainponorogo.ac.id, (diakses pada tanggal 24 Januari 2023, jam 14.58)
- Wibowo, Yandi. “Analisis Tingkat Kesuksesan Mobile Banking Dengan Menggunakan Respesifikasi Model Delone Dan Mclean”. *Skripsi*. Akuntansi, Surakarta. 2011.
- Sanjaya, Wina. *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*. Jakarta: Kencana. 2013.
- Wulansari, Andhita Dessy. *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan Menggunakan SPSS*. Ponorogo: STAIN Po PRESS. 2012.
- Yudin, Ahmad . “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Syariah Indonesia KC Palangka Raya 3”. *Skripsi*. Palangka Raya: Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. 2021.