

**PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN MOBILE BANKING DENGAN SIKAP SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)**

**SKRIPSI**



**NGIZAUL FATUL MAULA**

**NIM: 210817182**

**Pembimbing:**

**FARUQ AHMAD FUTAQL., S.E, M.E**

**NIP. 198311262019031006**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2021**

## ABSTRAK

**Maula, Ngizaul Fatul. 2021.** “Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening” (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo). Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing Faruq Ahmad Futaqi, S.E., M.E.

**Kata Kunci:** Minat Penggunaan, Manfaat, Kemudahan

Sikap (*Attitude Toward Using*) merupakan penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya, sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik maupun masalah yang tidak baik secara konsisten. Penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel *intervening*. Dari teori dan beberapa hasil wawancara mengenai manfaat, kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking terjadi kesenjangan, dalam teori dikatakan bahwa semakin tinggi tingkat manfaat dan kemudahan maka akan menjadikan minat menggunakan mobile banking menjadi meningkat. Tetapi pada kenyataannya tingkat manfaat dan kemudahan yang ada di fitur *mobile banking BSI* tidak menjadikan nasabah berminat untuk menggunakan *mobile banking BSI* karena ada faktor lain yang menyebabkan hal tersebut, yaitu kurangnya kepuasan dari dalam diri terhadap mobile banking BSI. Rumusan masalah penelitian ini bermaksud untuk meneliti apakah manfaat dan kemudahan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap sikap penggunaan *mobile banking*, Apakah manfaat dan kemudahan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap sikap penggunaan, Apakah sikap dapat memediasi antara manfaat dan kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Jenis penelitian ini penelitian kuantitatif. Dengan populasi 3.140 responden nasabah BSI KCP Ponorogo dan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji ketepatan model, uji hipotesis dan analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan variabel manfaat secara parsial berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan sebesar 0,046 kemudahan tidak berpengaruh positif terhadap minat sebesar 0,117 manfaat, kemudahan dan minat penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* dengan masing-masing nilai sebesar 0,047, 0,050 dan 0,247, manfaat dan minat menggunakan *mobile banking* secara simultan berpengaruh terhadap sikap sebesar 24,900 manfaat, kemudahan dan minat secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* sebesar 1587,40, sikap mampu memediasi hubungan antara manfaat  $0,112 > 0,047$ , kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* sikap tidak mampu memediasi hubungan antara manfaat, kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*  $0,017 < 0,119$ .



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

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan	Judul Skripsi
1	Ngizaul Fatul Maula	21081718	Perbankan Syariah	Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya di setujui untuk di ujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 4 November 2021

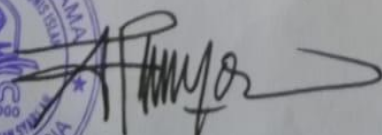
Mengetahui

Menyetujui



Rektua Jurusan Perbankan Syariah

Dosen Pembimbing

  
Amin Wahyudi., S.Ag, M.E.I

  
Faruq Ahmad Futaqi., S.E, M.E

197502072009011007

198311262019031006



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

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

#### NASKAH SKRIPSI BERIKUT INI

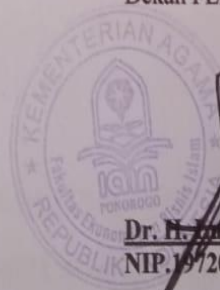
Judul : Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)  
Nama : Ngizaul Fatul Maula  
NIM : 210817182  
Jurusan : Perbankan Syariah

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 Ekonomi Syariah.

#### DEWAN PENGUJI:

Ketua Sidang : Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I  
NIP.197801122006041002  
Penguji I : Dr. Aji Damanuri, M.E.I  
NIP.197506022002121003  
Penguji II : Faruq Ahmad Futaqi., S.E, M.E  
NIP.198311262019031006

Ponorogo, 22 November 2021  
Mengesahkan,  
Dekan FEBI IAIN Ponorogo



**Dr. H. Nurmi Hadi Aminuddin, M.Ag.**  
NIP.197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

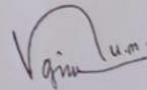
Nama : Ngizaul Fatul Maula  
NIM : 210817182  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Judul : Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah di periksa oleh dosen pembimbing, selanjutnya saya bersedia naskah tersebut di publikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat di akses melalui [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari penulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo 22 November 2021

Yang Membuat Pernyataan



Ngizaul Fatul Maula

NIM: 210817182

**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ngizaul Fatul Maula

NIM : 210817182

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH MANFAAT DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT  
PENGUNAAN MOBILE BANKING DENGAN SIKAP SEBAGAI  
VARIABEL INTERVENING

(Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali bagian tertentu yang di rujuk sumbernya.

Ponorogo 22 November 2021

Pembuat Pernyataan,



Ngizaul Fatul Maula

NIM:210817182.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Minat (*Behavioral intention to use*) merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam melakukan teknologi. Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat diprediksi dari sikap dan perhatiannya tersebut. Motivasi untuk tetap menggunakan teknologi tersebut, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lainnya.<sup>1</sup>

Seiring dengan adanya perkembangan teknologi tersebut banyak terjadi perkembangan di bidang teknologi informasi yang pesat menyebabkan masyarakat harus bertindak cepat, efektif, dan efisien dalam hal bertransaksi. Salah satu pihak yang sangat mengikuti adanya perkembangan teknologi adalah perbankan. Salah satunya adalah kompetisi usaha yang sejajar dengan sistem perbankan konvensional yang secara konprehensif dilakukan dengan mengacu pada analisis kelemahan dan kekuatan perbankan syariah di Indonesia saat ini.<sup>2</sup> Adapun perkembangan di bank syariah adalah di bidang teknologi dan telekomunikasi yaitu penggunaan fitur layanan *Mobile Banking* yang mana ini dapat dikatakan sebagai aktivitas perbankan di internet.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Hendra Iskandar, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology*. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 32.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 32.

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 193.

Semakin ketatnya persaingan antara bank membuat bank berlomba-lomba dalam memberikan jasa layanan yang baik kepada nasabahnya. Pelayanan jasa yang baik akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank misalnya saja dalam bidang pelayanan jasa dibidang internet yaitu *Mobile Banking*. Dahulu melakukan transaksi dengan datang langsung ke bank untuk melakukan transaksi seperti mengisi formulir, kemudian menunggu antrian. Hal ini dirasa kurang efisien karena menguras cukup banyak waktu. Oleh karena itu salah satu cara untuk meningkatkan pelayanannya, Bank syariah melakukan inovasi dalam pelayanannya dengan memberikan kemudahan dalam layanan yakni dengan menggunakan *mobile banking*.

Salah satu bank syariah yang melakukan inovasi di bidang teknologi mobile banking adalah Bank Syariah Indonesia aplikasinya bernama BSI Mobile. Aplikasi ini dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi online beberapa diantaranya yaitu mengecek saldo rekening, mengecek transaksi yang telah dilakukan membayar macam-macam tagihan seperti tagihan telepon, listrik, pengisian pulsa dan transaksi perbakan lainnya, di harapkan transaksi yang di tawarkan oleh Bank Syariah Indonesia semakin berkembang sesuai dengan kebutuhan setiap nasabahnya.<sup>1</sup> Dengan adanya BSI Mobile ini di harapkan dapat memberikan manfaat dan kemudahan dalam bertransaksi.

---

<sup>1</sup> Hanif Astika Kurniawati, dkk, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM) yang Telah di Modifikasi (Analysis Bahavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)," *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol, IV, No 1 (Jember:UNEJ 2017), 28.



Manfaat dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* ini pada kenyataannya tidak selalu berjalan lurus dengan antusias (minat) konsumen (nasabah) untuk menggunakan aplikasi tersebut. Minat untuk menggunakan suatu teknologi baru dalam hal ini *Mobile Banking* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya persepsi nasabah itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*.<sup>2</sup>

Minat penggunaan atau pemakaian suatu produk dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal merupakan masukan atau informasi akibat adanya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan seperti fasilitas, harga, pelayanan, lokasi, dan sosial budaya. Faktor internal faktor yang timbul dalam diri konsumen yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, pemahaman, kepribadian, sikap serta kepercayaan.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini ada tiga konstruk faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan, yaitu manfaat, kemudahan dan sikap. Karena ketiga faktor ini kaitannya sangat erat dengan minat penggunaan suatu produk.

Minat perilaku merupakan suatu keinginan seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Hal ini berarti bahwa niat seseorang untuk melakukan perilaku di prediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana ia befikir orang lain akan menilainya jika ia melakukan perilaku tersebut. Minat penggunaan suatu teknologi di definisikan sebagai niat pemakaian suatu sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa

---

<sup>2</sup> Ibid., 28.

<sup>3</sup> Schiffman Leon & Kanuk Leslie, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks, 2008), 8.

mereka mempunyai akses terhadap informasi, dengan kata lain seseorang akan melakukan suatu perilaku jika mempunyai keinginan atau minat untuk melakukannya.<sup>4</sup>

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi.<sup>5</sup> Manfaat yang dirasakan responden lebih besar dari kerugian yang didapat, sehingga responden memiliki persepsi yang kuat atas manfaat menggunakan, dengan begitu akan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.<sup>6</sup> Selanjutnya manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh yang signifikan pada minat untuk menggunakan *mobile banking*.<sup>7</sup> Hubungan manfaat dengan minat penggunaan adalah jika nasabah mendapatkan manfaat yang tinggi saat melakukan transaksi maka maka nasabah akan cenderung menggunakan produk dari perusahaan tersebut dalam jangka panjang. Dengan kata lain jika suatu bank mampu memberikan nilai manfaat yang tinggi dalam bertransaksi maka semakin tinggi pula minat penggunaan suatu produk khususnya *mobile banking*.<sup>8</sup>

---

<sup>4</sup> Eka Aprilianti Aulia, "Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Risk Terhadap Intention Use E-WALLET Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening, *Skripsi* (Makassar: UIN Alaudin, 2020), 57

<sup>5</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007), 16.

<sup>6</sup> Hanif Astika Kurniawati dkk, "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM) yang Telah di Modifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)," *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol, IV, No. 1 (Jember:UNEJ 2017), 28.

<sup>7</sup> Reza Ramadhan, "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 4, No 6 (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016), 481.

<sup>8</sup> Dafis, F.D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System* Dafis, F.D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System*. (California: University Of California, 1989), 320.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi bebas dari usaha, yang artinya dengan kata lain dengan menggunakan teknologi akan semakin mempermudah pekerjaannya.<sup>9</sup> Hubungan kemudahan dengan minat penggunaan adalah jika nasabah mendapatkan kemudahan transaksi maka nasabah akan cenderung menggunakan produk dari perusahaan tersebut. Dengan kata lain jika suatu bank mampu memberikan kemudahan yang tinggi dalam bertransaksi maka semakin tinggi pula minat penggunaan suatu produk.<sup>10</sup>

Sikap (*Attitude Toward Using*) di konsepkan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. Apabila seseorang mempunyai sikap yang positif terhadap produk yang dijual, maka kita kan berusaha mempertahankan sikap mereka terhadap produk yang di jual. Begitu juga sebaliknya apabila seseorang mempunyai sikap yang negatif terhadap produk yang dijual maka kita berusaha agar sikap tersebut positif. Dengan mempelajari sikap seseorang di harapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukannya. Selanjutnya sikap memiliki pengaruh yang tidak signifikan pada minat untuk menggunakan mobile banking. Walaupun seseorang percaya dalam menggunakan mobile banking akan dapat memudahkan suatu pekerjaan

---

<sup>9</sup> Laksana, Giga Bawa dkk, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)," *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26, No 2 (Malang:Universitas Brawijaya, 2015), 3.

<sup>10</sup> Ibid., 5.

seseorang tetapi dalam hal ini nasabah mempertimbangkan akses lokasi dalam hal menggunakan *mobile banking*.<sup>11</sup> Hubungan sikap dengan minat penggunaan adalah jika seseorang berminat pada suatu objek maka ia akan cenderung memberikan perhatian atau merasa senang yang lebih besar kepada objek tersebut. seorang individu apabila merasakan sesuatu yang bermanfaat pada dirinya maka disaat itulah ia akan menggunakannya dalam jangka yang panjang untuk mendatangkan kepuasannya.<sup>12</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Devy Krisma *Account Funding Officer* di bank BSI KCP Ponorogo, mempunyai aplikasi *mobile banking* BSI Mobile yang sudah sangat canggih dan lengkap akan tetapi ada nasabah yang masih kurang puas dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile atau bahkan tidak berminat untuk menginstal aplikasi BSI Mobile.<sup>13</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah Frensiska Nur mengatakan bahwa kemudahan transaksi menggunakan *mobile banking* BSI (BSI Mobile) dari dulu bisa dikatakan mudah dan hampir tidak terdapat kendala, namun ketika versinya sudah kadaluarsa mengharuskan kita untuk mengupdate aplikasi BSI Mobile kembali, dan jika aplikasi BSI Mobile tidak diupdate kembali maka otomatis tidak dapat digunakan

---

<sup>11</sup> Dafis, F.D, Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3 (California: University Of California, 1989), 60.

<sup>12</sup> Pambudi, Amadea Rahma, "Analisa Preceived Ease of Use dan Preceived Usefulness Terhadap Behavioral Intention", (Surabaya: Universitas Airlangga, 2016), 481.

<sup>13</sup> Devi Krisma, *Wawancara*, 29 September 2020.

lagi.<sup>14</sup> Dan hasil wawancara dengan nasabah lain yaitu ibu Novi beliau belum merasakan kemudahan dari aplikasi BSI Mobile karena beberap kali pernah gagal saat transaksi, namun saldo tetap berkurang hal inilah yang membuat beliau enggan bertransaksi lewat BSI Mobile dan lebih memilih untuk pergi ke ATM atau pergi ke Bank secara langsung.<sup>15</sup>

Berdasarkan wawancara dengan bapak Hafif, beliau mengatakan bahwa fitur dari BSI Mobile sudah sangat bagus hanya saja beliau tidak bisa mengambil sisi manfaat dan kemudahan yang di tawarkan di BSI Mobile, di karenakan menurut beliau BSI Mobile belum bisa memenuhi keinginannya, seperti pada saat akan melakukan transaksi pembelian pulsa lewat aplikasi dengan nominal 10.000 tetapi diaplikasi hanya tersedia mulai dari nominal 20.000 ke atas sehingga manfaat dan kemudahan BSI Mobile tidak dapat dirasakan yang berakibat pada dorongan sikap untuk tidak melakukan transaksi di aplikasi tersebut.<sup>16</sup>

Menurut penelitian Anik Susanti bahwa minat penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dan juga menjelaskan seseorang menganggap *mobile banking* dapat meningkatkan kinerjanya, akan tetapi tidak selalu berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.<sup>17</sup> Menurut penelitian Syamsul Hadi bisa juga tidak dirasakannya manfaat oleh responden, akan tetapi lebih disebabkan

---

<sup>14</sup> Frensiska Nur, *Wawancara*, 31 September 2020.

<sup>15</sup> Novi, *Wawancara*, 31 September 2020.

<sup>16</sup> Hafif, *Wawancara*, 2 September 2020.

<sup>17</sup> Anik Susanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking," *Skripsi*, (Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2015), 17.

tingginya manfaat yang dirasakan responden itu sendiri.<sup>18</sup> Menurut penelitian manfaat dan kemudahan keduanya berpengaruh positif terhadap minat perilaku dalam penggunaan *mobile banking*, dan juga minat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.<sup>19</sup>

Minat penggunaan *mobile banking* sangatlah penting bagi perusahaan dimana dapat meringankan layanan secara langsung, dengan adanya *mobile banking* pelayanan perusahaan menjadi lebih efisien, dan juga dengan adanya *mobile banking* sebuah perusahaan tidak perlu menawarkan produk ketika nasabah datang ke kantor karena di fitur *mobile banking* sudah lumayan lengkap dan memadai tanpa harus dijelaskan oleh CS.

Berdasarkan penelitian di lapangan masih di temukan adanya perbedaan hasil penelitian terkait manfaat, kemudahan, sikap dan minat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *mobile banking* dengan Sikap sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>18</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking*,” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015), 58.

<sup>19</sup> Nur Inayah, “Model Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Di Bank Syariah,” *Skripsi*, (Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo), 165.

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial antara kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
3. Apakah sikap berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
4. Apakah manfaat pengaruh secara parsial terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
5. Apakah kemudahan pengaruh secara parsial terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
6. Apakah manfaat, kemudahan dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
7. Apakah manfaat dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?
8. Apakah sikap sebagai variabel intervening mampu memediasi manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo ?
9. Apakah sikap sebagai variabel intervening mampu memediasi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial antara kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
3. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
4. Untuk mengetahui dan menganalisis manfaat pengaruh secara parsial terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
5. Untuk mengetahui dan menganalisis kemudahan pengaruh secara parsial terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
6. Untuk mengetahui dan menganalisis manfaat, kemudahan dan sikap secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo
7. Untuk mengetahui dan menganalisis manfaat dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo



8. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap sebagai variabel intervening mampu memediasi manfaat terhadap minat penggunaan mobile banking di BSI KCP Ponorogo
9. Untuk mengetahui dan menganalisis sikap sebagai variabel intervening mampu memediasi kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking di BSI KCP Ponorogo

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak baik secara teoritis ataupun praktis:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu perbankan syariah pada umumnya dan pada khususnya mengembangkan ilmu tentang teori manfaat, kemudahan, sikap dan mobile banking.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Bank Indonesia (BI)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dibidang ilmu ekonomi islam, serta dappat menambah kajian teori yang telah ada, dalam rangka perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

- b. Bagi Perbankan Syariah

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dalam pengembangan perbankan syariah di BSI KCP Ponorogo dalam meningkatkan pelayanan yang efisien untuk peningkatan keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking.

c. Bagi Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru tentang manfaat kemudahan serta sikap terhadap minat penggunaan mobile banking di Bank BSI KCP Ponorogo.

**E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan adalah uraian singkat mengenal hal-hal yang akan ditulis secara sistematis agar mudah dipahami oleh pembaca. Penyusunan penelitian ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri atas lima bab yaitu:

**BAB I PENDAHULUAN** Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

**BAB II LANDASAN TEORI** Bab ini membahas tentang telaah pustaka yang berisi pemaparan penelitian terdahulu serta posisi peneliti terkini. Selain itu bab ini juga membahas kerangka teori yang merupakan bangunan teori sebagai landasan penguat untuk menganalisis hasil penelitian. Kerangka penelitian yang menggambarkan model penelitian serta hipotesis penelitian.

**BAB III METODE PENELITIAN** Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi konsep dan operasional, instrument penelitian, uji instrument penelitian, dan alat analisis.

**BAB IV ANALISIS DATA** Bab ini membahas tentang deskripsi objek yang diteliti dan analisis data. Dalam bagian ini akan membahas hasil dari pengujian instrument penelitian untuk mengetahui hasil dari penelitian.

**BAB V PENUTUP** Bab ini berisi kesimpulan yang menjelaskantentang hasil penelitian dan pembahasan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan peneliian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca dan instansi terkait agar penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan yang bermanfaat serta dapat digunakan sebagai bahan kajian peneliti selanjutnya

## BAB II

### PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, MOBILE BANKING, DAN SIKAP

#### A. Deskripsi Teori

##### 1. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

###### a. Pengertian Minat

Minat (*behavioral intention to use*) adalah kecenderungan perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi. Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat di prediksi dari sikap dan perhatiannya tersebut. Motivasi untuk tetap menggunakan teknologi tersebut, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.<sup>1</sup>

Minat perilaku di definisikan sebagai tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat perilaku merupakan keinginan untuk melakukan perilaku. Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima stimulu dari produk yang di lihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Hendra Iskandar, "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology," *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 19.

<sup>2</sup> *Ibid.*, 19.

## b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Sedangkan dalam jurnalnya Syamsul Hadi yang dikutip oleh Risma Afifah mengatakan bahwa faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* adalah sebagai berikut:<sup>1</sup>

- 1) Harga dan kualitas, penggunaan suatu merek dalam waktu yang lama dapat mempengaruhi minat, untuk menjaga merek perusahaan perlu memperhatikan standar kualitas dari suatu merek apakah dapat menarik minat konsumen, begitu juga dengan perubahan harga
- 2) Citra ( reputasi dari suatu merek), produk yang memiliki citra yang baik akan menarik minat konsumen pada merek
- 3) Kenyamanan dan kemudahan dalam mendapatkan suatu merek
- 4) Kepuasan yang dirasakan konsumen
- 5) Kualitas pelayanan, dengan adanya pelayanan yang baik yang di tawarkan suatu merek dapat mempengaruhi minat konsumen
- 6) Garansi dan jaminan yang diberikan oleh suatu merek

---

<sup>1</sup> Risma Afifah, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan, Ketersediaan Fitur Terhadap Mobile Banking Bank Mandiri," *Skripsi* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017), 26.

### c. Tahapan Minat

Menurut Brown tahapan minat terdiri dari 3 kategori, yaitu:<sup>2</sup>

#### 1) *Courtship*

Pada tahap ini terjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang terbatas pada transaksi, dan masih mempertimbangkan harga. Apabila penawaran harga produk yang ditawarkan pesaing lebih baik maka mereka akan berpindah.

#### 2) *Relationship*

Pada tahap ini terjadi hubungan erat antara perusahaan dan pelanggan, minat yang terbentuk karena pertimbangan harga dan produk walaupun tidak ada jaminan konsumen akan melihat produk dari pesaing, dan dalam tahap ini terjadi sikap ketergantungan dari kedua belah pihak.

#### 3) *Marriage*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan jangka panjang yang mengindikasikan kedua belah pihak tidak dapat dipisahkan. Sehingga minat dalam menggunakan suatu produk sulit di elakkan.

### d. Indikator Minat

Suatu minat menggunakan suatu hal penting bagi perusahaan, sehingga ada beberapa indikator penting yang dapat mempengaruhi minat. Berikut indikator minat yaitu:<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Ibid, 27.

1) Berencana menggunakan

Minat dalam hal ini mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa suatu perusahaan yang di pilih.

2) Terus Menggunakan (Komitmen Merek)

Konsumen yang setia terhadap suatu merek atau produk dari perusahaan tertentu cenderung terikat pada merek atau perusahaan tersebut dan akan kembali membeli produk yang sama lagi di perusahaan tersebut sekalipun tersedia alternatif lainnya.

## 2. Manfaat

### a. Pengertian Manfaat

Manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Manfaat merupakan suatu kepercayaan seseorang atau nasabah kepada bank dalam pengambilan keputusan.<sup>4</sup>

Jika seseorang sudah percaya dan mengambil keputusan tersebut maka seseorang akan menggunakannya atau memanfaatkannya. Sebaliknya, jika seseorang kurang percaya dan tidak bisa mengambil manfaat dari teknologi maka orang tersebut tidak akan menggunakannya. Pemakai teknologi akan

<sup>3</sup> Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), 104.

<sup>4</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007.) 16.

mempunyai minat menggunakan teknologi (minat perilaku) jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.

Manfaat ialah suatu ukuran sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya dan mendatangkan manfaat bagi dirinya. Seseorang menggunakan teknologi untuk mengharapkan manfaat yang diterimanya serta membantunya dalam menyelesaikan pekerjaannya dengan lebih efektif dan efisien. Semakin besar manfaat yang diterima, seseorang akan menggunakan teknologi tersebut. Manfaat penggunaan teknologi informasi dapat diketahui berdasarkan kepercayaan pengguna pada saat memutuskan penerimaan teknologi informasi dengan dasar kepercayaan bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut memberikan manfaat positif bagi penggunanya.<sup>5</sup>

#### **b. Indikator Manfaat**

Ada 3 buah item untuk membentuk konstruk manfaat (*Perceived Usefulness*), yaitu:<sup>6</sup>

##### 1) Bekerja lebih cepat (Efisiensi Waktu)

Efisiensi waktu merupakan hasil yang telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara

---

<sup>5</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 58.

<sup>6</sup> R. P. Bangkara, dan M. N. P. S. Harta, "Pengaruh *Perceived Usefulness* dan *Perceived Easy of Use* Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan *Attitude Toward Using* sebagai Variabel Intervening," *E-Jurnal Akuntansi*, (Kuta: Universitas Udayana 2016), 24.



optimal, dengan alat yang tepat, dan dengan memperhatikan sedikit biaya dan ketepatan waktu penyelesaian.

2) Kinerja pekerjaan (Kemampuan Transaksi)

Kemampuan transaksi adalah kemampuan transaksi tanpa adanya hambatan.

3) Membuat pekerjaan lebih mudah dan Berguna

Maksudnya adalah penggunaan yang mudah diatur dengan kata lain pengguna dapat menyesuaikan dalam situasi apapun.

**c. Hubungan Manfaat Dengan Minat Penggunaan Mobile Banking**

Manfaat merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Manfaat juga berpengaruh terhadap minat penggunaan keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya manfaat yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 139.

### 3. Kemudahan

#### a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan di definisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan juga di definisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Semakin mudah suatu sistem untuk dipelajari dan digunakan, maka hal tersebut akan meningkatkan minat nasabah untuk menggunakan mobile banking.<sup>8</sup>

Salah satu faktor yang menyebabkan pemakai menerima atau menolak sistem adalah keterkaitan dengan pengguna sistem. Pengguna cenderung untuk menggunakan atau tidak suatu aplikasi yang dianggap sebagai sesuatu yang mereka yakini akan membantu kinerja mereka dalam melakukan pekerjaan. Penerimaan sistem informasi berarti pemakai mendukung, berpartisipasi, dan menggunakan sistem informasi tersebut dalam menunjang kegiatan operasional.<sup>9</sup>

Berdasarkan pengertian diatas kemudahan adalah tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidaklah sulit sehingga kemudahan ini akan berdampak pada perilaku sehingga jika semakin tinggi tingkat

---

<sup>8</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 60.

<sup>9</sup> Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan* (Yogyakarta: Andi Offset, 2007.) 17.

penggunaan sebuah teknologi maka semakin tinggi pula pemanfaatan teknologi tersebut.<sup>10</sup>

#### **b. Indikator Kemudahan**

Ada 4 buah item untuk membentuk konstruk kemudahan yaitu:<sup>11</sup>

##### 1) Bekerja lebih cepat (Efisiensi Waktu)

Efisiensi waktu merupakan hasil yang telah dicapai dan diwujudkan melalui perencanaan dan pengelolaan secara optimal, dengan alat yang tepat, dan dengan memperhatikan sedikit biaya dan ketepatan waktu penyelesaian.

##### 2) Kinerja pekerjaan (Kemampuan Transaksi)

Kemampuan transaksi adalah kemampuan transaksi tanpa adanya hambatan.

##### 3) Kemudahan Operasional

Hal ini berarti bahwa sebagai pembeli merasa tidak mengalamikesulitan saat bertransaksi.

##### 4) Penggunaan yang fleksibel

Maksudnya adalah penggunaan yang mudah diatur dengan kata lain pengguna dapat menyesuaikan dalam situasi apapun.

---

<sup>10</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 62.

<sup>11</sup> R. P. Bangkara, dan M. N. P. S. Harta, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Easy of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening," *E-Jurnal Akuntansi* (Kuta: Universitas Udayana 2016), 24.

### c. Hubungan Kemudahan Dengan Minat Penggunaan Mobile Banking

Kemudahan merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Kemudahan juga berpengaruh terhadap minat penggunaan keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.<sup>12</sup>

## 4. Sikap Penggunaan

### a. Pengertian Sikap

*Attitude Toward Using* dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya,<sup>13</sup> sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik maupun masalah yang tidak baik secara konsisten.

---

<sup>12</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 139.

<sup>13</sup> Hendra Iskandar, "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology," *MIS Quarterly* (Probolinggo: Universitas Panca Marga, 2016), 19.

Apabila seseorang mempunyai sikap yang positif terhadap produk yang dijual, maka kita akan berusaha mempertahankan sikap mereka terhadap produk yang dijual. Dan sebaliknya apabila seseorang mempunyai sikap yang negatif terhadap produk yang dijual maka kita berusaha agar sikap tersebut positif. Jadi dengan mempelajari sikap seseorang diharapkan dapat menentukan apa yang akan dilakukannya.

#### **b. Indikator Sikap**

Sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan antara lain: <sup>14</sup>

- 1) Komponen kognitif, yaitu berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek.
- 2) Komponen afektif, yaitu menunjukkan pada dimensi emosional dari sikap yaitu emosi yang berhubungan dengan objek. Objek disini dirasakan sebagai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
- 3) Komponen perilaku, melibatkan salah satu predisposisi bertindak terhadap objek.

#### **c. Ciri-ciri Sikap**

---

<sup>14</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015), 60.

Ada beberapa karakteristik sikap adapun cirinya antara lain:<sup>15</sup>

- 1) Sikap bukan bawaan sejak lahir, melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungan dengan objeknya.
- 2) Sikap dapat berubah-ubah dan dapat dipelajari, oleh karena itu sikap dapat berubah pada orang bila terdapat keadaan dan kondisi tertentu.
- 3) Sikap tidak berdiri sendiri melainkan seringkali berhubungan dengan satu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.

#### **d. Perubahan Sikap**

Sikap tidak akan terbentuk tanpa interaksi manusia terhadap objek tertentu. Faktor-faktor yang menyebabkan perubahan sikap antara lain:<sup>16</sup>

- 1) Faktor Eksternal, yaitu faktor di luar individu yaitu dari lingkungan yang diterima.
- 2) Faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu, kemampuan menyeleksi atau menganalisis

---

<sup>15</sup> Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori kuisisioner, Alat dan Analisis Data)*. (Yogyakarta: CAPS, 2014), 34.

<sup>16</sup> Ibid., 34.

pengaruh yang datang dari luar termasuk disini minat serta perhatian.

#### **e. Hubungan Sikap Dengan Minat Penggunaan Mobile Banking**

Sikap merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Sikap juga berpengaruh terhadap minat penggunaan keduanya memiliki hubungan erat. Karena dengan adanya sikap atau keputusan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.<sup>17</sup>

#### **B. Studi Penelitian Dahulu**

Beberapa penelitian yang membahas tentang penggunaan *mobile banking*.

Ditunjukkan pada Tabel 2.1

---

<sup>17</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran (Jakarta; Erlangga, 1987)*, 139.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama Peneliti, Judul dan tahun	Hasil Uji	Perbedaan	Persamaan
1.	Analisis penggunaan Mobile Banking dengan Mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus pada Bank Central Asia di Jakarta). E- Proceeding of Management. Vol. 4, No 1/ 2017 / Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti. <sup>18</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.	Penelitian yang dilakukan Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti hanya menganalisis adopsi penggunaan mobile banking dengan metode TAM. Sedangkan penelitian ini membahas tentang persepsi manfaat, kemudahan dan sikap penggunaan mobile banking.	Persamaan penelitian Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang metode TAM dalam penggunaan mobile banking.
2.	Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan	Penelitian Giga dan Bawa dkk, ini meneliti tentang Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian	Persamaan penelitian Giga Bawa dkk dengan penelitian ini adalah sama-sama menguji variabel persepsi manfaat, persepsi

<sup>18</sup> Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti “Analisis penggunaan Mobile Banking dengan Mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus pada Bank Central Asia di Jakarta)”. *E-Proceeding of Management*. Vol. 4, No 1 (2017), 1.



	(Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 26, No 2/ 2015 / Laksana, Giga Bawa dkk. <sup>19</sup>	mobile banking.	Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking. Sedang dalam penelitian ini meneliti tentang persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap mobile banking dengan sikap sebagai variabel intervening.	kemudahan terhadap penggunaan mobile banking.
3.	Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya). Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 4, No 6/ 2017 / Ramadhan, Reza	Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.	Perbedaan penelitian dari Ramadhan, Reza dan Sri Herianingrum dengan penelitian ini adalah terletak pada penggunaan variabel Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga dan tidak menggunakan variabel sikap terhadap	Persamaan dalam penelitian Ramadhan, Reza dan Sri Herianingrum dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang variabel persepsi manfaat dan kemudahan dalam penggunaan

<sup>19</sup> Laksana, Giga Bawa dkk “Pengaruh Persepsi kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah),” *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26, (malang: Universitas Brawijaya, 2017), 1.

	dan Sri Herianingrum. <sup>20</sup>		penggunaan mobile banking.	mobile banking.
4.	Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Komparasi pada Nasabah Penggunaan Internet Banking Bank mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan). Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip/2016 / Rusfianto, Mirzha dkk. <sup>21</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan penggunaan memiliki hubungan yang positif terhadap sikap penggunaan mobile banking.	Perbedaan antara penelitian Rusfianto dan Mirzha dengan penelitian ini adalah terletak pada penggunaan studi komparasi berdasarkan tingkat pendapatan sedangkan penelitian ini menggunakan sikap sebagai variabel intervening.has	Persamaan penelitian Rusfianto dan Mirzha dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang persepsi manfaat, kemudahan terhadap penggunaan mobile banking.
5.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan.	Persepsi nasabah atas manfaat penggunaan tidak berpengaruh signifikan	Perbedaan penelitian Hadi dan Novi dengan penelitian ini adalah terletak pada tidak	Persamaan penelitian Hadi dan Novi dengan penelitian ini adalah sama-sama

<sup>20</sup> Reza Ramadhan dan Sri Herianingrum “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 4 (Surabaya: Universitas Airlangga, 2017), 1.

<sup>21</sup> Mirzha Rusfianto dkk, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Komparasi pada Nasabah Penggunaan Internet Banking Bank mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan),” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* (Undip, 2016), 1.

	Universitas Islam Indonesia/ 2015 / Syamsul Hadi Novi. <sup>22</sup>	terhadap penggunaan Mobile banking. Hal ini bukan disebabkan tidak dirasakannya manfaat oleh responden, akan tetapi lebih disebabkan tingginya manfaat yang dirasakan responden itu sendiri.	adanya variabel sikap dipenelitian sebelumnya sedangkan dipenelitian ini variabel sikap digunakan sebagai variabel intervening.	menneliti tentang mobile banking.
6.	Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Sunan	Persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking BRI Syariah kantor wilayah	Perbedaan antara penelitian Susanti dan anik dengan penelitian ini adalah dalam peneiltian Susanti Anik terdapat variabel Persepsi Kegunaan Persepsi Risiko dan Persepsi	Persamaan sama-sama meneliti variabel kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking.

<sup>22</sup> Syamsul Hadi Novi, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan*, (Jakarta: Universitas Islam Indonesia , 2015), 1.

	Kalijaga/ 2015 / Susanti, Anik. <sup>23</sup>	Yogyakarta.	Kepercayaan sedangkan dalam penelitian ini hanya meneliti variabel persepsi Manfaat, kemudahan saja.	
7.	Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah di Modifikasi (Analysis Bahavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach modified). E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi. Vol. IV, No. 1/ 2017 / Kurniawati, Hanif Astika dkk . <sup>24</sup>	Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan mobile banking.	Perbedaan penelitian Kurniawati, Hanif Astika dengan penelitian ini adalah terletak pada model TAM yang telah di modifikasi.	Persamaan penelitian terdapat pada sama-sama menggunakan pendekatan TAM dalam penelitian.

<sup>23</sup> Anik Susanti “Pengaruh Persepsi Kegunaan Persepsi Kemudahan Persepsi Risiko dan Persepsi Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Mobile Banking,” *Skripsi*. (Yogyakarta: Sunan Kalijaga, 2015), 1.

<sup>24</sup> Hanif Astika Kurniawati dkk “Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah di Modifikasi (Analysis Bahavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach modified),” *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol. IV (Jember: UNEJ, 2017), 1.

8.	<p>Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo). Skripsi. Solo: Universitas Muhamadiyah Surakarta/ 2017/ Wibiadila, Ikbar .<sup>25</sup></p>		<p>Perbedaan penelitian Wibiadila Ikbal terletak pada penggunaan variabel Pengaruh Kegunaan, Resiko, dan Kualitas Layanan sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel persepsi Manfaat, Kemudahan dan sikap.</p>	<p>Persmaan penelitian Wibialida Ikbar dan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang penggunaan mobile banking.</p>
9.	<p>Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer. Vol. 2,</p>		<p>Perbedaan penelitian Dewayanti dengan penelitian ini adalah jika penelitian dewayanti menganalisis faktor-faktor terhadap menggunakan mobile banking dengan teknologi UTAUT sedangkan</p>	<p>Persmaan penelitian Dewayanti dkk dan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang penggunaan mobile banking.</p>

<sup>25</sup> Ikbar Wibiadila “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)”. *Skripsi*. (Solo: Universitas Muhamadiyah Surakarta, 2016), 1.

	No 9/ 2018 / Dewayanti, dkk. <sup>26</sup>		penelitian ini lebih terfokus pada variabel persepsimanfaat, kemudahan terhadap penggunaan mobile banking dengan sikap sebagai variabel intervening.	
10	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)/ 2018 / Reza Resita Himawati . <sup>27</sup>	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	Perbedaan penelitianResita Himawati dengan penelitian ini adalah terletak pada bank yang diteliti dan lokasi penelitian.	Persamaan penelitian Resita Himawati dengan penelitian ini adalah meneliti tentang variabel Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel

<sup>26</sup> Dewayanti, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology)". *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 2, No 9 (Kuta: Universitas Udayann, 2018), 1.

<sup>27</sup> 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.

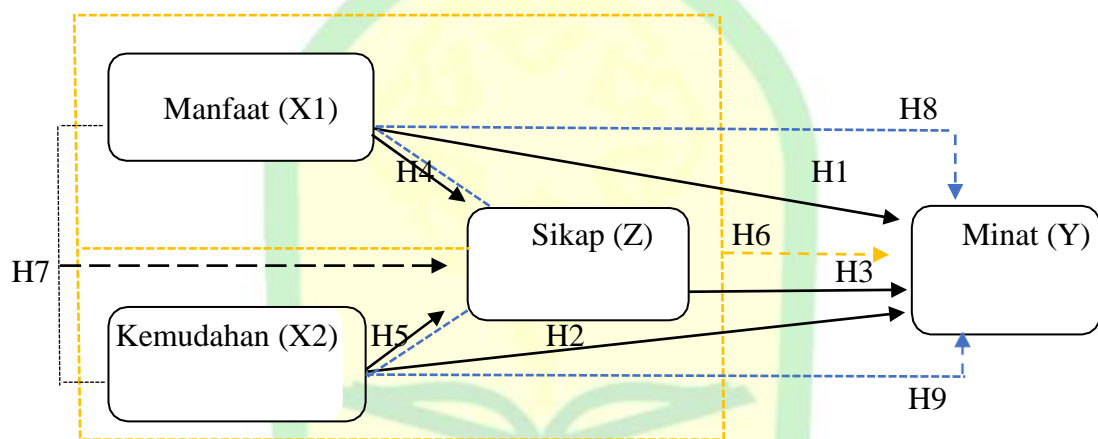
		intermediasi antara persepsi manfaat terhadap minat. Juga sikap tidak berpengaruh sebagai variabel intermediasi antara kemudahan terhadap minat.		Intervening
--	--	--	--	-------------

Dalam penelitian ini penulis mengkaji tentang manfaat, kemudahan, minat dan sikap penggunaan, yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini mengembangkannya dalam teori yang dikaji oleh Davis et all sedangkan penelitian dahulu mengembangkan Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975.

### C. Kerangka Pemikiran

Dimasa yang serba canggih saat ini maraknya penggunaan mobile banking, salah satu aplikasi mobile banking bank syariah yang ada di Indonesia adalah BSI Mobile. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat penggunaan mobile banking dan untuk variabel bebasnya adalah manfaat dan kemudahan dan variabel mediatornya adalah sikap. Minat penggunaan mobile banking sangat berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking, dengan adanya sikap yang diambil dalam

penggunaan mobile banking maka akan sangat mempengaruhi minat dalam penggunaan mobile banking dalam bertransaksi, mobile banking juga sangat berpengaruh dan juga mampu menjadi nilai tambah aktifitas ekonomi. Berdasarkan penelitian terdahulu maka akan dijabarkan penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2

### Kerangka Pemikiran

#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan atau perkiraan jawaban dari hasil penelitian yang dibuat oleh peneliti atas permasalahan-permasalahan atau problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan atau perkiraan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui penelitian.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta:PT. RINEKA CIPTA,195),71



Berikut adalah hipotesis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini :

1. H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

2. H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kemudahan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh secara parsial kemudahan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

3. H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh secara parsial antara manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

4. H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

H<sub>a</sub> : Terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap minat

penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

5. H0 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara sikap terhadap minat menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara sikap terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

6. H0 : Tidak terdapat pengaruh antara manfaat dan kemudahan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

Ha : Terdapat pengaruh antara manfaat dan kemudahan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

7. H0 : Tidak terdapat pengaruh antara manfaat, kemudahan dan sikap terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

Ha : Terdapat pengaruh antara manfaat, kemudahan dan sikap terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

8. H0 : Sikap tidak mampu memediasi manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

Ha : Sikap mampu memediasi manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

9. H<sub>0</sub> : Sikap tidak mampu memediasi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo

H<sub>a</sub> : Sikap mampu memediasi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>1</sup>

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Manfaat dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan dengan Sikap sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo).

#### B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel intervening. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut.<sup>2</sup>

Berdasarkan dari beberapa pengertian di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel penelitian

---

<sup>1</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

<sup>2</sup> Tony Wijaya, *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam Teori dan Praktik* (Yogyakarta: Graha Ilmu), 13.

adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi yang ditetapkan peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan.

Variabel-variabelnya sebagai berikut:

1. Variabel bebas (independent)

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel bebas. Variabel bebas yaitu suatu variabel yang fungsinya menerangkan atau mempengaruhi terhadap variabel lainnya.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas yaitu:

- a. Manfaat
- b. Kemudahan

2. Variabel terikat (dependent) dalam penelitian ini menggunakan Minat penggunaan sebagai variabel terikat. Variabel terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.<sup>4</sup>

3. Variabel Intervening Dalam penelitian ini menggunakan Sikap sebagai variabel intervening. Variabel intervening yaitu variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependent menjadi hubungan tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Ibid., 13.

<sup>4</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 39.

<sup>5</sup> Ibid., 39.

**Tabel 3.1**  
**Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional**

No	Variabel	Definisi	Indikator
	Manfaat (X1)	Manfaat merupakan suatu yang timbul dalam diri seseorang jikadalam menggunakan suatu teknologi informasi dapat menunjang pekerjaannya. <sup>6</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat diakses dimana dan kapan saja.</li> <li>2. Meningkatkan produktifitas.</li> <li>3. Membantu kinerja</li> </ol>
2.	Kemudahan (X2)	Kemudahan penggunaan adalah suatu kepercayaan yang timbul dari seseorang terhadap suatu teknologi informasi yang dalam penggunaan teknologi tersebut mudah dalam penggunaan, mudah dipelajari. <sup>7</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Efisiensi Waktu</li> <li>2. Kemampuan Transaksi.</li> <li>3. Kemudahan Operasional</li> <li>4. Fleksibilitas</li> </ol>
3.	Sikap (Z)	Sikap merupakan sesuatu yang mengarah pada tujuan yang dihadapi dalam bentuk tindakan, ucapan, perbuatan maupun emosi seseorang. <sup>8</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keuntungan</li> <li>2. Kesenangan</li> <li>3. Keinginan</li> </ol>
4.	Minat penggunaan (Y)	Minat adalah suatu keinginan sesorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. <sup>9</sup>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berencana menggunakan</li> <li>2. Terus menggunakan.</li> </ol>

<sup>6</sup> Sakinah Maulidiyah, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan,dan kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya" *Artikel Ilmiah*. (Surabaya, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas,2017), 6.

<sup>7</sup> Syamsul Hadi dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 60.

<sup>8</sup> Risma afifah, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Easy of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), 35.

<sup>9</sup> Hendra Iskandar, Preceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3.

### C. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang beralamat di Jl. Soekarno-Hatta No.2B, Bangunsari, Kec, Ponorogo, Kab. Ponorogo. Adapun alasan memilih Bank Syariah KCP Ponorogo sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup kompetitif.

### D. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang telah di tetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>10</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang menggunakan layanan mobile banking yang berjumlah kurang lebih 3.140 nasabah.

Berdasarkan populasi sebanyak 3.140 nasabah dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka penentuan sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan rumus Slovin.<sup>11</sup>

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = populasi

<sup>10</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 80.

<sup>11</sup> Wiratna Sujarweni, *Metedologi penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Pustaka Baru, 2015), 82.

$e$  = prosentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diingankan

Sehingga penentuan sampel adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{3.140}{1+3.140(0,1)^2} = 96,9$$

Dari perhitungan di atas, jumlah sampel yang diperoleh adalah sebanyak 96,9 untuk mewakili populasi 100 tetapi jumlah sampel tersebut peneliti bulatkan sehingga sampel yang digunakan adalah 100 nasabah. Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling, yakni sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data.<sup>12</sup> Alasan menggunakan teknik ini adalah dikarenakan jumlah populasi dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang cukup banyak dan keterbatasan waktu penelitian.

#### **E. Jenis dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah kuantitatif. Dengan sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden. Adapun teknik yang digunakan untuk

---

<sup>12</sup> Ibid., 87.



pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik kuesioner. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.<sup>13</sup>

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>14</sup> Pada pengumpulan data menggunakan kuesioner, tidak ada yang menjelaskan secara langsung terhadap responden tentang semua pertanyaan yang diajukan, sehingga semua pertanyaan yang tertulis harus jelas dan mudah dimengerti. Pada penelitian ini kuesioner dibagikan kepada nasabah yang menggunakan layanan aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo.

Pada penelitian ini ada skala pengukuran yang digunakan dalam menganalisis hubungan antara variabel yaitu skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>15</sup> pada penelitian ini, menggunakan empat poin dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu (*undeercide*). Hal ini

---

<sup>13</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). 142.

<sup>14</sup> *Ibid.*, 36.

<sup>15</sup> *Ibid.*, 93.

dikarenakan kategori ragu-ragu memiliki makna ganda yaitu bisa memberikan jawaban netral atau ragu-ragu. Jawaban ragu-ragu biasanya juga akan mengakibatkan responden memilih jawaban tengah-tengah terutama bagi responden yang ragu-ragu akan memilih jawaban yang mana. Selain itu responden memilih jawaban hanya untuk mencari aman saja.<sup>16</sup> Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, antara lain sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 9-10
- b. Jawaban setuju (S) diberi skor 8
- c. Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 6-7
- d. Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1-5

Alasan peneliti menggunakan skala likert 4 poin adalah untuk menghindari adanya kategori ragu-ragu yang biasanya memiliki arti ganda. Selain itu dengan skala likert 4 poin ini dapat melihat kecenderungan responden kearah setuju ataupun tidak setuju.

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Kuisioner dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh adanya persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap penggunaan mobile banking dengan sikap sebagai *intervening*.

---

<sup>16</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), 93.

## G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena tersebut disebut variabel penelitian. Titik tolak dari penyusunan instrument penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti.<sup>17</sup> Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Adapun instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

**Tabel 3.3**  
**Instrumen penelitian**

No	Variabel	Indikator	Skala
1.	Manfaat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat diakses dimana dan kapan saja.</li> <li>2. Lebih efektif.</li> <li>3. Meningkatkan produktifitas</li> <li>4. Lebih cepat Membantu kinerja.<sup>18</sup></li> </ol>	Likert
2.	Kemudahan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah digunakan.</li> <li>2. Jelas dan mudah dimengerti.</li> <li>3. Feksibel.</li> <li>4. Mudah dipelajari.</li> <li>5. Tidak menyulitkan pengguna. Instalasi yang mudah.<sup>19</sup></li> </ol>	Likert

<sup>17</sup> Ibid., 102-103.

<sup>18</sup> Risma afifah, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Easy of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening," *Skripsi* (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), 33.

<sup>19</sup> Sakinah Maulidiyah, "Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan, dan kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya," *Artikel Ilmiah* (Surabaya: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas, 2017), 50.

3.	Sikap	1. Keuntungan 2. Kesenangan 3. Keinginan <sup>20</sup>	Likert
4.	Minat Penggunaan	1. Memilih menggunakan mobile banking. 2. Berencana menggunakan mobile banking. 3. Berminat menggunakan mobile banking. Terus menggunakan mobile banking. <sup>21</sup>	Likert

## H. Uji Intrumen Penelitian

Berikut uji instrumen berdasarkan penyebaran kuisisioner:

1. Uji Validitas Uji validitas berguna mengetahui apakah ada pernyataan pada kuisisioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketetapan suatu item dalam kuisisioner, apakah item pada kuisisioner sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur dan Item kuisisioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.<sup>22</sup>
2. Uji Reliabilitas Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel, pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan pengukuran sekali (one shot), dimana pengukuran hanya dilakukan sekali kemudian hasil dibandingkan dengan pernyataan lainnya untuk mengukur korelasi

<sup>20</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia, 2015), 60.

<sup>21</sup> Ibid., 60.

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 121.

antar jawaban pernyataan. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai pada Cronbach alpha lebih dari 0,6.<sup>23</sup>

## I. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Teknik pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan program komputer (*software*) IMB SPSS statistics versi 21. Teknik analisis data pada penelitian kuantitatif ini menggunakan statistik. Statistik yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian terbagi menjadi dua yaitu *statistik deskriptif dan statistik inferensial*.<sup>24</sup> *Statistik deskriptif* adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Sedangkan statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Metode yang digunakan untuk analisis data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

### 1. Statistik Deskriptif

Untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden (kalau ada) peneliti menggunakan statistik deskriptif. Statistik deskriptif dalam sebuah penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data

---

<sup>23</sup> Ibid., 121.

<sup>24</sup> Ibid., 147.

penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan.<sup>25</sup>

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov)

Untuk mendapatkan nilai yang berdistribusi normal peneliti menggunakan uji normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah di dalam model regresi antara variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.<sup>26</sup>

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov satu arah.<sup>27</sup> Uji kolmogorov-smirnov merupakan teknik membangun persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran, agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji kolmogorov-smirnov adalah untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan dengan kolmogorov-smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas kurang dari 0,05 distribusi data adalah tidak normal.

---

<sup>25</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 225.

<sup>26</sup> Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Press, 2009), 126.

<sup>27</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 225.

2) Nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 distribusi data adalah normal. Model regresi yang baik itu adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas itu bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi dilakukan pada nilai residualnya.<sup>28</sup> Hipotesis yang digunakan:

H<sub>0</sub> : residual tersebar normal

H<sub>1</sub> : residual tidak tersebar normal

b. Uji Linearitas

Untuk mengetahui hubungan yang linier dari dua variabel peneliti menggunakan uji linieritas. Uji Linearitas merupakan suatu perangkat uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang terjadi di antara variabel yang sedang diteliti. Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sudah diteliti apakah hubungan yang linear dan signifikan. Uji linearitas merupakan pra syarat penggunaan analisis regresi dan korelasi. Pengujian linearitas dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat Test for Linearity. Adapun teknik analisisnya dengan menggunakan nilai signifikansi pada taraf signifikansi 95% ( $\alpha=0,05$ ) sebagai berikut: Jika nilai sig

---

<sup>28</sup> Fatkhan Amirul Huda, "Uji Asumsi Klasik," dalam <http://fatkhan.web.id/uji-asumsi-klasik/>, (diakses pada tanggal 12 April 2021, jam 14.22).

$< 0,05$  maka variabel memiliki hubungan yang linear Jika nilai sig  $> 0,05$  maka variabel memiliki hubungan yang tidak linear.<sup>29</sup>

c. Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen) peneliti menggunakan uji multikolinieritas. Multikolinieritas berarti ada hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang independen dari model yang ada. Akibat adanya multikolinieritas ini koefisien regresi tidak tertentu dan kesalahan standarnya tidak terhingga. Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik itu tidak terjadi kasus multikolinieritas.<sup>30</sup> Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai R<sup>2</sup> yang dihasilkan oleh suatu estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individu variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- 2) Menganalisis korelasi antar variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (diatas 0,90) maka hal ini merupakan indikasi adanya kasus multikolinieritas.

---

<sup>29</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: MPI, 2016), 85.

<sup>30</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 226.



- 3) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari VIF, jika  $VIF < 10$  maka tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.
- 4) Nilai Eigenvalue sejumlah satu atau lebih variabel bebas (variabel independen) yang mendekati nol maka akan memberikan petunjuk adanya multikolinieritas.<sup>31</sup>

d. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui bahwa model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi kasus heterokedastisitas peneliti menggunakan uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas itu menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila varians dari residual satu pengamatan kepengamatan lainnya tetap, maka dinamakan homoskedastisitas. Sehingga dikatakan bahwa model regresi baik, yang homoskedastisitas atau tidak terjadi kasus heterokedastisitas karena data cross section memiliki data yang mewakili berbagai ukuran.<sup>32</sup>

e. Uji Autokorelasi

Untuk mengetahui ada tidaknya korelasi peneliti menggunakan uji autokorelasi. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji tentang ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan periode  $t-1$  pada persamaan regresi linier. Apabila terjadi kasus korelasi maka akan menunjukkan adanya

---

<sup>31</sup> Tony Wijaya, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 119.

<sup>32</sup> Ibid., 124.

masalah autokorelasi. Model regresi yang baik itu adalah model regresi yang bebas autokorelasi. Salah satu cara untuk mendeteksi autokorelasi adalah dengan Uji Durbin Watson.<sup>33</sup> Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $d$  lebih kecil dari  $dL$  atau lebih besar dari  $(4 - dL)$  maka  $H_0$  ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika  $d$  terletak antara  $dU$  dan  $(4 - dU)$   $H_0$  diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika  $d$  terletak antara  $dL$  dan  $dU$  atau di antara  $(4 - dU)$  dan  $(4 - dL)$ , artinya tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.<sup>34</sup>

#### f. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas peneliti menggunakan uji regresi linier berganda.<sup>35</sup> Persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Model I : } Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + Z + e$$

$$\text{Model II : } Z = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel dependent (minat penggunaan)

$Z$  = Variabel Intervening (sikap)

---

<sup>33</sup> Ibid., 121-122.

<sup>34</sup> Ansofino dkk., *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 62.

<sup>35</sup> Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0* (Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009), 56.

A = Konstanta persamaan regres

$X_1$  = Manfaat

$X_2$  = Kemudahan

E = Error term

$b_1, b_2$  = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependent yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Apabila (+) maka terjadi kenaikan dan apabila (-) terjadi penurunan.

### 3. Uji Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis akan memberikan kesimpulan untuk menolak atau menerima hipotesis. Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Sedangkan uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing masing variabel independen secara parsial (individu).

a. Uji Parsial / Uji t Untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial yang ditunjukkan oleh tabel Coefficient peneliti menggunakan uji statistik t. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima,<sup>36</sup> artinya masing-masing variabel manfaat, kemudahan, dan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap.

---

<sup>36</sup> Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika* (Bandung: Alfabeta, 2014), 210.

- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima,<sup>37</sup> artinya masing-masing variabel manfaat, kemudahan, dan sikap berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.
- 3) Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, artinya masing-masing variabel manfaat,<sup>38</sup> kemudahan dan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap.
- 4) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima,<sup>39</sup> artinya masing-masing variabel manfaat, kemudahan dan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap.

b. Uji Kesesuaian Model / Uji F

Untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen peneliti menggunakan uji statistik F. Apabila nilai probabilitas signifikansi  $< 0.05$ , maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen.<sup>40</sup>

Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi F pada tingkat  $\alpha$  yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat  $\alpha$  sebesar 5%). Analisis didasarkan pada

---

<sup>37</sup> Ibid., 211.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.

<sup>40</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 60.

perbandingan antara nilai signifikansi F dengan signifikansi 0,05. dimana syarat-syaratnya sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 2) Jika signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima yaitu variabel-variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

c. Koefisien Determinasi (R square)

Untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen peneliti menggunakan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.<sup>41</sup> Uji koefisien determinasi pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen itu amat terbatas.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, &D* (Bandung: Alfabeta,2016), 228.

#### 4. Uji Analisa Jalur

Untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Analisis jalur atau yang disebut path analysis adalah suatu metode yang digunakan pada model kausal yang telah dirumuskan oleh peneliti berdasarkan substansi keilmuan, yaitu landasan teoritis dan pengalaman peneliti. Analisis jalur dikembangkan oleh Sewall Wright, analisis ini digunakan apabila secara teori kita yakin berhadapan dengan masalah yang berhubungan sebab akibat. Tujuannya adalah untuk menerangkan akibat langsung dan tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab, terhadap variabel lainnya yang merupakan variabel akibat. Sebelum melakukan analisis, hendaknya diperhatikan asumsi sebagai berikut:<sup>43</sup>

- a. Hubungan antar variabel haruslah linier dan aditif.
- b. Semua variabel residu tak punya korelasi satu sama lain.
- c. Pola hubungan antar variabel adalah rekursif atau hubungan yang tidak melibatkan arah pengaruh yang timbal balik.
- d. Tingkat pengukuran semua variabel sekurang-kurangnya adalah interval.

Adapun rumus dari analisis jalur adalah sebagai berikut:

Pengaruh langsung X terhadap Y = P1

---

<sup>42</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 60

<sup>43</sup> Amos Neolaka, *Metode Penelitian dan Statistik* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 148.

Pengaruh tidak langsung X ke Z ke Y =  $P2 \times P3$

Total pengaruh (korelasi X ke Y) =  $P1 + (P2 \times P3)$



## BAB IV

### DATA DAN ANALISA DATA

#### A. Gambaran Umum

Obyek Penelitian Dalam penelitian ini, data yang didapat dari hasil penyebaran angket (kuisisioner) dan diolah menggunakan software SPSS 21.

##### 1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun.<sup>1</sup>

Bahkan semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini

---

<sup>1</sup> [www.Bankbsi.co.id](http://www.Bankbsi.co.id) (diakses pada tanggal 16 April 2021, jam 15.47).



akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin)<sup>2</sup>.

**Tabel 4.1**  
Alamat Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Ponorogo<sup>3</sup>

Nama Bank	Bank Syariah Indonesia
Kode Bank Bank Syariah Indonesia	422
Nama Perusahaan Perbankan	Bank Syariah Indonesia
Nama Kantor	Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Cokroaminoto
Keterangan Status Kantor	ATM/ADM Syariah
Alamat	Jl. H.O.S Cokroaminoto No. 2 B, Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur Indonesia
Wilayah Dati 1	Jawa Timur
Wilayah Dati 2	Kabupaten Ponorogo
Kota/Kabupaten	Ponorogo
Kode Pos	63413
Nomor Telepon	(0352) 486 123

<sup>2</sup> Ibid.

Alamat Website Bank Bank Syariah Indonesia	<a href="http://www.Bankbsi.co.id">http://www.Bankbsi.co.id</a>
SMS Banking Bank Syariah Indonesia	3338
Call Center Bank Syariah Indonesia	1500789

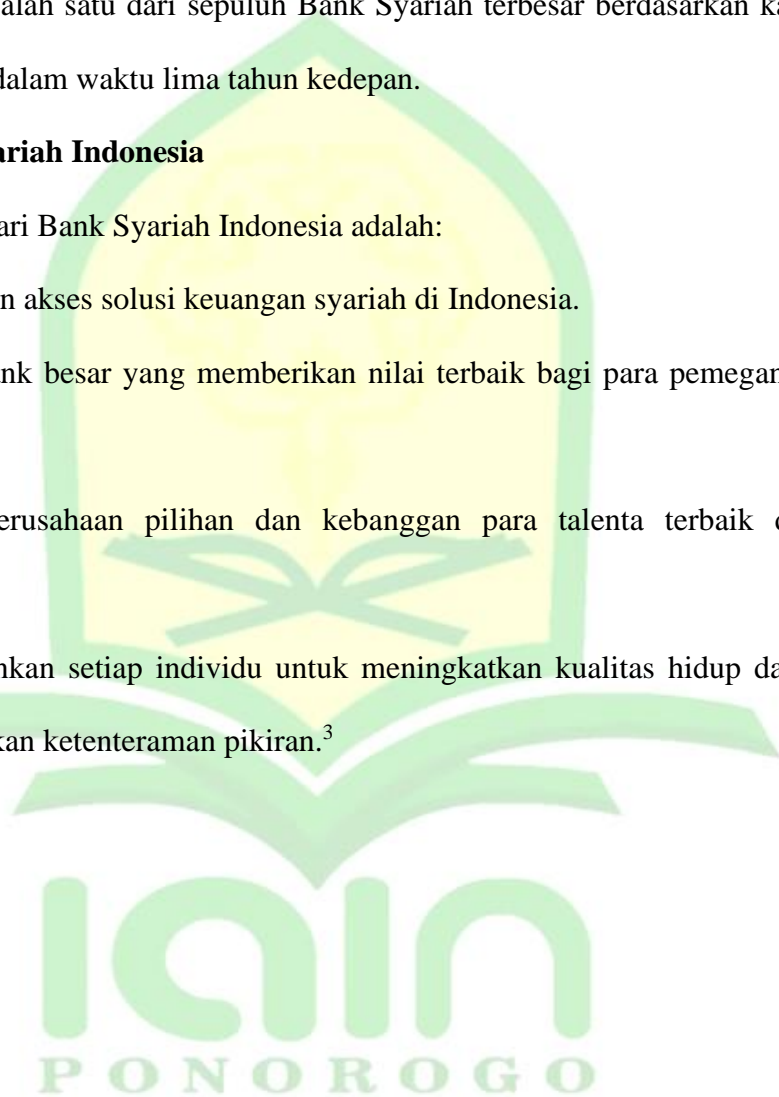
## 2. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi salah satu dari sepuluh Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalitas pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan.

## 3. Misi Bank Syariah Indonesia

Adapun misi dari Bank Syariah Indonesia adalah:

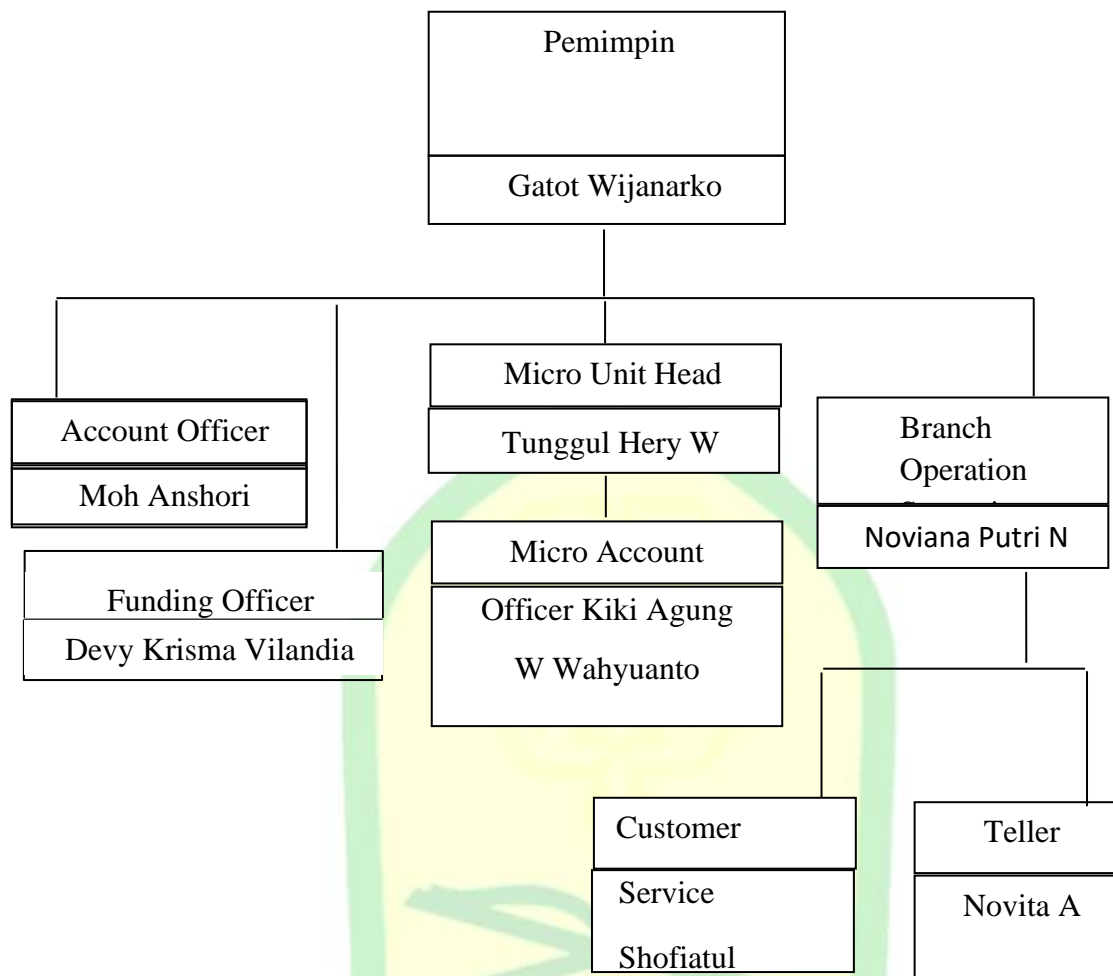
- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik di Indonesia.
- d. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.<sup>3</sup>




---

<sup>3</sup> Ibid.

#### 4. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia



**Gambar 4.1**  
Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo

Tugas dan wewenang masing-masing bagian sebagai berikut:

*a. Account Officer*

- 1) Melakukan survey dan prospek terhadap nasabah yang melakukan pembiayaan.
- 2) Melakukan analisa setelah melakukan survey/prospek terhadap data-data yang dipakai dalam pengajuan pembiayaan.
- 3) Melakukan pantauan dan pembinaan terhadap aktivitas nasabah.
- 4) Memberikan surat peringatan kepada nasabah yang lalai atau wanprestasi terhadap akad.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Pihak Bank, Wawancara, 29 September 2020.

*b. Funding Officer*

- 1) Pengelolaan dana dan pengelolaan portofolio dana.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
- 3) Melakukan kegiatan promosi produk dan jasa.
- 4) Pemantauan KLS.
- 5) Menjaga hubungan baik dan mempertahankan nasabah-nasabah yang telah menyimpan uangnya di Bank.
- 6) Menyusun rencana kerja 3 bulanan berdasarkan rencana kerja tahunan yang telah ditetapkan oleh Pimpinan Cabang.
- 7) Melaporkan kepada Pimpinan Cabang atas hasil-hasil pencapaiannya.

*c. Micro Unit Head*

- 1) Memonitoring dalam proses pencairan maupun penagihan semua Account Officer Micro dibawahnya.
- 2) Melakukan evaluasi terhadap Account Officer Mikro dalam proses pencairan maupun penagihan.
- 3) Membuat Laporan Hot Prospek untuk dilaporkan kepada Kantor Cabang.
- 4) Wajib melakukan briefing sore hari dan pagi hari.
- 5) Berhak menegur Account Officer Mikro dibawahnya apabila target kurang dari 80%.
- 6) Berhak memberikan Surat Peringatan kepada Account Officer Mikro dibawahnya apabila dalam 3 bulan berturut-turut tidak ada pencairan sama sekali.

*d. Micro Account Officer*

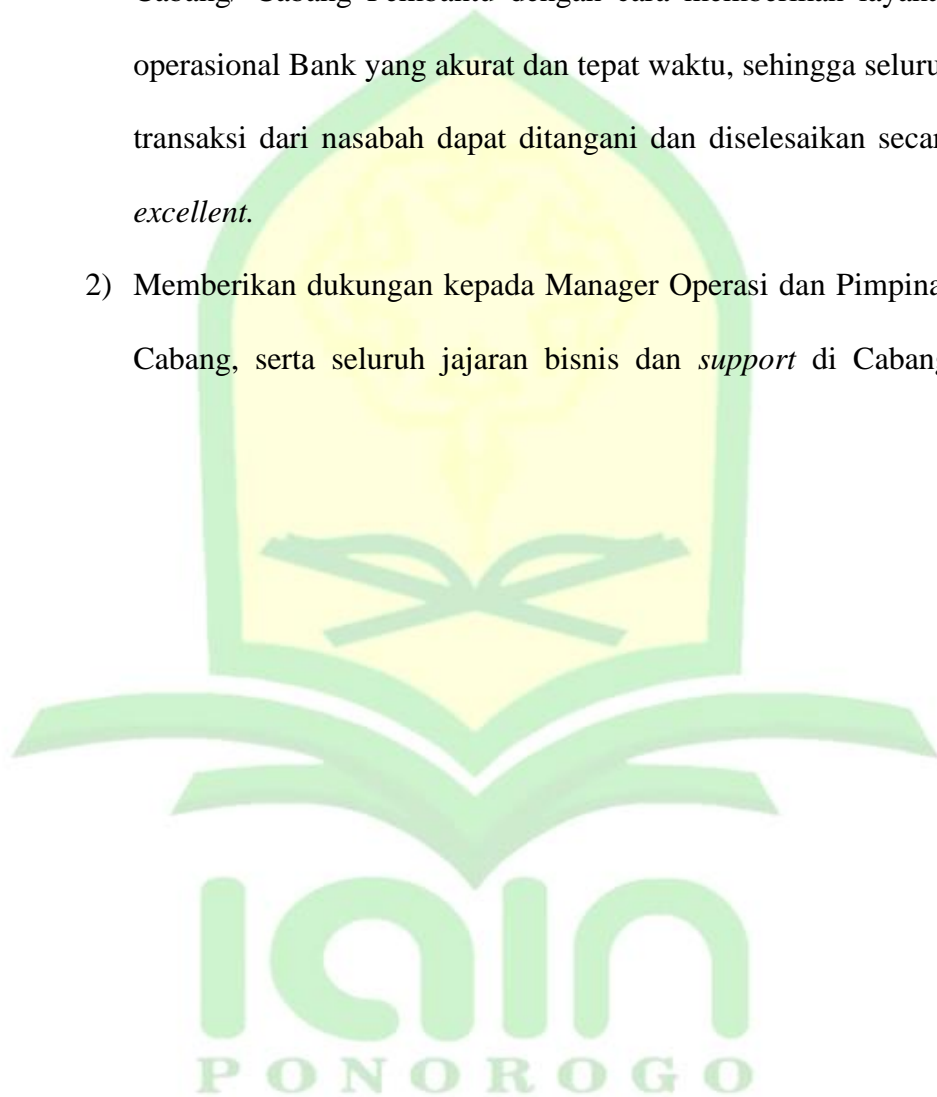
- 1) Prospek/kanvas yaitu memberikan informasi terhadap nasabah
- 2) Survey tempat nasabah yang mengajukan pembiayaan.
- 3) Melakukan analisa setelah melakukan survey/prospek

terhadap data- data yang dipakai dalam pengajuan pembiayaan.

4) Melakukan pantauan dan pembinaan terhadap aktivitas nasabah.

*e. Brand Operation Supervisor*

- 1) Mengkoordinasi pelaksanaan operasional Bank di Kantor Cabang/ Cabang Pembantu dengan cara memberikan layanan operasional Bank yang akurat dan tepat waktu, sehingga seluruh transaksi dari nasabah dapat ditangani dan diselesaikan secara *excellent*.
- 2) Memberikan dukungan kepada Manager Operasi dan Pimpinan Cabang, serta seluruh jajaran bisnis dan *support* di Cabang.



- 3) Menyediakan layanan operasi kas, pembukaan/ penutupan rekening, transfer, RTGS, pencairan pembiayaan yang akurat dan tepat waktu secara konsisten
  - 4) Melaksanakan layanan Operasi lainnya yang dilakukan di Kantor Cabang/Cabang Pembantu sehingga tidak terdapat *open item* dalam jangka waktu lama
  - 5) Sebagai narasumber dalam layanan operasi Kantor Cabang/ Cabang Pembantu baik di internal Bank maupun dengan jaringan Bank eksternal lainnya
  - 6) Membangun *team work* dan komunikasi yang efektif di Kantor Cabang/Cabang Pembantu
- f. *Customer Service*
- 1) Memberikan informasi baik produk maupun layanannya yang dibutuhkan oleh nasabah atau calon nasabah
  - 2) Melayani nasabah dalam pembukaan dan penutupan rekening serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA (*Service Level Agreement*) yang ditetapkan untuk mencapai *service excellent*.
  - 3) Memberikan dukungan kepada Supervisor Branch Operation, Operation Manager, dan Pimpinan Cabang, berupa:
    - a) Memproses layanan operasi pembukaan dan penutupan rekening, serta transaksi lainnya yang dilakukan nasabah di

*customer service*, dengan akurat, sopan, ramah dan tepat waktu secara konsisten;

- b) Sebagai narasumber dalam layanan operasi dan produk Bank sesuai dengan kewenangan dan tanggung jawabnya;
- c) Menjadi bagian dari *team operation* yang solid, dapat bekerjasama dan berkomunikasi efektif.

g. *Teller*

- 1) Melaksanakan layanan transaksi tunai, transaksi non tunai, entry transaksi setoran pajak, pengecekan keaslian uang nasabah dan keabsahan dokumen, serta pemberian informasi yang dibutuhkan oleh nasabah untuk meningkatkan layanan kepada nasabah.
- 2) Melaksanakan pengelolaan/balancing kas Teller awal hari, selama jam pelayanan kas maupun akhir hari termasuk menjaga maksimum saldo kas untuk memastikan kelancaran transaksi terhadap nasabah tersedia.
- 3) Melaksanakan pembukuan dan pengisian kas ATM untuk memastikan jumlah fisik uang dalam kaset ATM saat kegiatan *replenish*.
- 4) Menjalankan prinsip-prinsip Know Your Customer (KYC) serta Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme (APU-PPT).
- 5) Menerima dan meneliti keabsahan warkat kliring guna memastikan kebenaran dan keamanan transaksi.

- 6) Melaksanakan pengelolaan dokumen dan pelaporan terkait layanan transaksi Teller.
- 7) Menawarkan/memasarkan produk pembiayaan/dana dan jasa/layanan Bank Syariah Indonesia kepada nasabah/calon nasabah.
- 8) Melaksanakan proses kerja telah sesuai kebijakan, pedoman, dan prosedur yang berlaku, serta memenuhi prinsip kehati-hatian, *sharia compliance* dan tidak bertentangan dengan *GCG (Good Corporate Governance)*.
- 9) Melaksanakan tugas-tugas kedinasan lain yang diberikan oleh Atasan/Perusahaan.

## **B. Hasil Pengujian Deskriptif**

Pengujian statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum tentang objek penelitian yang dilakukan. Statistik deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian yang utama dan data demografi responden (kalau ada).<sup>1</sup> Dengan memberikan penjelasan tentang statistik deskriptif, diharapkan dapat memberikan gambaran awal tentang masalah yang diteliti dalam penelitian. Statistik deskriptif dalam sebuah penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan. Pengujian deskriptif ini menggambarkan variabel Biaya

---

<sup>1</sup> Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015), 225



Operasional dan Pendapatan Operasional, pada penelitian ini peneliti melakukan penelitian di PT. Syariah Indonesia KCP Ponorogo. Data yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo sebanyak 100 kuesioner, yang selanjutnya hasil kuesioner akan di analisis dengan statistic deduktif. Sebelum melakukan analisis, terlebih dahulu peneliti akan menjelaskan data- data responden yang digunakan sebagai sampel yang peneliti ambil dari nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo .

**a. Pengelompokan usia responden**

Dalam penelitian ini terbagi menjadi empat kelompok yang dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini.

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Valid	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 20 TAHUN	28	28.0	28.0	28.0
20-30 TAHUN	63	63.0	63.0	63.0
30-40 TAHUN	6	6.0	6.0	6.0
> 40 TAHUN	3	3.0	3.0	3.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah 2021*

Dari tabel 4.2 dapat diketahui profil responden yakni nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang

dikelompokkan berdasarkan usia terdiri dari 28 responden berusia kurang dari 20 tahun, 63 responden yang berusia 20-30 tahun, 6 responden yang berusia 30-40 tahun, dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 3 responden. Sehingga dapat di simpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berdasarkan usianya di dominasi oleh nasabah yang berusia 20 – 30 tahun dengan presentase 63 %.

#### b. Jenis Kelamin Responden

Karakteristik responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin yang terdiri dari laki- laki dan perempuan. Adapun data profil responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini.

**Tabel 4.3**  
**Jenis Kelamin Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	52	52.0	52.0	52.0
Perempuan	68	68.0	68.0	68.0
<b>Total</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah 2021*

Dari tabel 4.3 dapat diketahui profil responden yakni nasabah bank Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelaminnya terdiri atas:

- a. Nasabah laki-laki berjumlah 52 orang atau sebesar 52%
- b. Nasabah perempuan berjumlah 48 orang atau sebesar 48%

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelaminnya di dominasi oleh nasabah laki-laki dengan presentase 52%.

**c. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Karakteristik responden yang ketiga, dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir yaitu SMP, SMA, Akademi/Diploma, dan S1. Adapun data profil responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**Tabel 4.4**  
**Pendidikan Terakhir Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMP	1	1.0	1.0	1.0
SMA	62	62.0	62.0	62.0
Akademi/ Diploma	18	18.0	18.0	18.0
Strata (S1)	19	19.0	19.0	19.0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

*Sumber: Data primer yang diolah*

Dari tabel 4.4 di ketahui profil responden yakni nasabah bank BTN syariah kantor cabang solo yang dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhirnya terdiri atas :

- a. Nasabah dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 1 orang atau sebesar 1%

- b. Nasabah dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 62 orang atau sebesar 62%

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhirnya didominasi oleh nasabah oleh nasabah dengan pendidikan terakhir ditingkat SMA sebesar 62%.

#### d. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden yang keempat, dikelompokkan berdasarkan jenis pekerjaan responden yang terdiri dari PNS, karyawan swasta, mahasiswa, wiraswasta, dan lainnya. Adapun data profil responden berdasarkan pendidikan terakhirnya dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Jenis Pekerjaan Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	5	5.0	5.0	5.0
Karyawan	32	32.0	32.0	32.0
Mahasiswa	43	43.0	43.0	43.0
Wiraswasta	15	15.0	15.0	15.0
Lain-lain	5	5.0	5.0	5.0
	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data primer yang diolah 2021*

Dari tabel 4.5 diketahui profil responden yakni nasabah Bank Syariah KCP Ponorogo yang di kelompokkan berdasarkan pendidikan terakhirnya terdiri atas:

- a. Nasabah yang bekerja sebagai PNS berjumlah 5 orang atau sebesar 5%
- b. Nasabah yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 32 orang atau sebesar 32%
- c. Nasabah yang bekerja sebagai mahasiswa berjumlah 43 orang atau sebesar 43%
- d. Nasabah yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 15 orang atau sebesar 15%
- e. Nasabah yang bekerja dengan jenis pekerjaan lainnya berjumlah 5 orang atau sebesar 5%

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yakni nasabah dalam penelitian ini berdasarkan jenis pekerjaannya di dominasi oleh nasabah yang bekerja sebagai mahasiswa dengan presentase sebanyak 43%.

## **C. Hasil Pengujian Instrumen**

### **1. Uji Instrumen Penelitian**

#### **a. Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>2</sup>

Peneliti menetapkan taraf signifikansi 5% sebagai pedoman untuk memilih item. Item dengan probabilitas di bawah 0,05 akan dianggap gugur dan tidak digunakan dalam penelitian. Pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan  $r_{tabel}$  jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka item dapat dinyatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Manfaat**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,712	0,196	Valid
2.	0,607	0,196	Valid
3.	0,644	0,196	Valid
4.	0,790	0,196	Valid
5.	0,816	0,196	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan Tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel manfaat mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Hal ini berarti bahwa item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa

<sup>2</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 211

digunakan untuk mengukur pengetahuan. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Kemudahan**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,793	0,196	Valid
2.	0,817	0,196	Valid
3.	0,728	0,196	Valid
4.	0,730	0,196	Valid
5.	0,534	0,196	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel kemudahan mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa digunakan untuk mengukur kemudahan. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Sikap**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,884	0,196	Valid
2.	0,893	0,196	Valid
3.	0,811	0,196	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel sikap mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen penelitian betul-betul bisa digunakan untuk mengukur religiusitas. Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan Mobile Banking**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1.	0,913	0,196	Valid
2.	0,957	0,196	Valid
3.	0,934	0,196	Valid

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel penggunaan mobile banking mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai koefisien korelasi lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Hal ini berarti bahwa item-item pernyataan pada instrumen



penelitian betul- betul bisa digunakan untuk mengukur religiusitas.

Uji validitas ini juga menyangkut tentang akurasi suatu instrumen.

## b. Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi data yang di hasilkan dapat di andalkan.<sup>3</sup>

Satu data dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. tabel di bawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk empat variabel yang digunakan dalam penelitian ini.<sup>4</sup>

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's	Batas	Keterangan
Manfaat	0,744	0,6	Reliabel
Kemudahan	0,765	0,6	Reliabel
Sikap	0,825	0,6	Reliabel
Minat Penggunaan	0,927	0,6	Reliabel

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* atas variabel manfaat adalah 0,744, variabel kemudahan sebesar 0,765, variabel sikap sebesar 0,825, dan variabel minat penggunaan mobile banking sebesar 0,927. Dengan demikian dapat disimpulkan

<sup>3</sup> Ibid., 211.

<sup>4</sup> Ibid.

bahwa pernyataan dalam kuesioner ini reliabel karena mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item mampu memperoleh data yang konsisten yang berarti bila pertanyaan itu diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama dengan jawaban sebelumnya. Reliabilitas ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas juga menunjukkan kemantapan/konsistensi hasil pengukuran.

#### **D. Hasil Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji Asumsi Klasik**

###### **a. Normalitas**

Uji normalitas dalam penelitian ini untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Jika  $\text{sig} > \alpha$  maka diterima  $H_0$  yang artinya residual berdistribusi normal.

**Model I (Manfaat  $X_1$  dan Kemudahan  $X_2$  Terhadap Sikap Z)**

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Normalitas Model I**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std.	1.24971883
<sup>b</sup>	Deviation	
Most	Absolute	.102
Extreme	Positive	.102
Differences	Negative	-.067
Kolmogorov-Smirnov Z		1.016
Asymp. Sig. (2-tailed)		.253

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.11 di ketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig 0,253 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Hal ini berarti bahwa residual menyebar secara normal. Maksudnya adalah sebaran data merata sehingga dapat mewakili populasi karena pada dasarnya dalam statistik, karakteristik dan sifat populasi hendaknya bersifat normal.

**Model II (Manfaat X<sub>1</sub> Kemudahan X<sub>2</sub> dan Sikap Z Terhadap  
Minat Penggunaan Mobile Banking Y)**

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Normalitas Model I**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	.0000000
Parameter	Std.	1.73064299
s <sup>a,b</sup>	Deviation	
Most	Absolute	.129
Extreme	Positive	.075
Differenc	Negative	-.129
es		
Kolmogorov-Smirnov Z		1.295
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.12 di ketahui bahwa nilai Unstandardized Asymp.Sig 0,070 > 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa residual berdistribusi normal atau uji normalitas terpenuhi. Hal ini berarti bahwa residual menyebar secara normal. Maksudnya adalah sebaran data merata sehingga dapat mewakili populasi karena pada dasarnya dalam statistik, karakteristik dan sifat populasi hendaknya bersifat normal.

**b. Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi tinggi di antara

variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap terikatnya menjadi terganggu. Alat yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika  $VIF < 10$  maka diterima  $H_0$  yang artinya tidak terjadi multikolinieritas.

### Model I (Manfaat $X_1$ dan Kemudahan $X_2$ terhadap Sikap Z)

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas Model I**

Variabel	VIF	Keterangan
Manfaat	2,063	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan	2,063	Tidak terjadi multikolinieritas

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai VIF variabel manfaat dan kemudahan sebesar  $2,063 < 10$  yang mana nilai tersebut  $< 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak adanya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi, karena jika terdapat hubungan antara variabel independen akan timbul masalah kolinieritas sempurna yang tidak mungkin akan diperoleh pendugaan koefisien parameter regresinya.

**Model II (Manfaat  $X_1$  Kemudahan  $X_2$  dan Sikap  $Z$  Terhadap Minat  
Penggunaan Mobile Banking  $Y$ )**

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Multikolinieritas Model II**

<b>Variabel</b>	<b>VIF</b>	<b>Keterangan</b>
Manfaat	2,109	Tidak terjadi multikolinieritas
Kemudahan	2,361	Tidak terjadi multikolinieritas
Sikap	1,513	Tidak terjadi multikolinieritas

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.14 di ketahui bahwa nilai VIF variabel manfaat sebesar  $2,109 < 10$ , variabel kemudahan sebesar  $2,361 < 10$  dan variabel sikap sebesar  $1,513 < 10$  yang mana nilai tersebut  $< 10$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga dapat diartikan bahwa tidak adanya hubungan linier antar variabel independen dalam regresi, karena jika terdapat hubungan antara variabel independen akan timbul masalah kolinieritas sempurna yang tidak mungkin akan diperoleh pendugaan koefisien parameter regresinya.

**c. Uji Heteroskedasitas**

Model regresi yang memenuhi persyaratan ketika terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji Glejser. Jika nilai  $\text{sig} >$

$\alpha$  maka diterima  $H_0$  yang artinya varian residual homogen atau tidak terjadi kasus heteroskedastisitas.

**Model I (Manfaat  $X_1$  dan Kemudahan  $X_2$  terhadap Sikap Z)**

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I**

Variabel	T	Sig	Keterangan
Manfaat	0,803	0,424	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan	-1,113	0,269	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.15 pengujian heteroskedastisitas di peroleh data bahwa nilai signifikansi variabel Manfaat 0,424 > 0,05. dan Kemudahan 0,269 > 0,05. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, yang mana dalam model regresi harus di penuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas harus terpenuhi agar model regresi yang digunakan tidak biasa.

**Model II (Manfaat  $X_1$ , Kemudahan  $X_2$  dan Sikap  $Z$  Terhadap  
Minat Penggunaan Mobile Banking  $Y$ )**

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas Model II**

<b>Variabel</b>	<b>T</b>	<b>Si</b>	<b>Keterangan</b>
Manfaat	0,699	0,487	Tidak terjadi Heteroskedastisitas
Kemudahan	-1,260	0,211	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Sikap	0,078	0,533	Tidak terjadi Heteroskedastisitas

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.16 pengujian heteroskedastisitas di peroleh data bahwa nilai signifikansi variabel manfaat  $0,487 > 0,05$ , kemudahan  $0,211 > 0,05$  dan sikap  $0,533 > 0,05$ . Sehingga hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima yang berarti bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas atau uji heteroskedastisitas terpenuhi. Hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, yang mana dalam model regresi harus di penuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas harus terpenuhi agar model regresi yang digunakan tidak biasa.



#### d. Uji Autokorelasi

Metode uji autokorelasi sering di gunakan dengan Durbin-Watson (uji DW). Jika  $dU < dw < 4-dU$  maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak terjadi korelasi antar residual.

#### Model I (Manfaat $X_1$ dan Kemudahan $X_2$ Terhadap Sikap Z)

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Autokorelasi Model I**

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	Du	4-Du	
1,913	1,715	2,285	Terjadi korelasi antar residual

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil tabel 4.17 di ketahui besarnya nilai  $dw = 1,913$ ,  $n = 100$ ,  $k = 2$ ,  $dU = 1,715$  dan  $4\_dU = 2,285$ . Sehingga diperoleh data  $1,715 < 1,913 < 2,285$  ( $dU < dw < 4- dU$ ) sehingga  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima. Hal ini dapat di simpulkan bahwa ada autokorelasi atau uji autokorelasi terpenuhi. Maksudnya adalah variabel yang ada dalam model tidak terdapat kasus autokorelasi.

**Model II (Manfaat  $X_1$ , Kemudahan  $X_2$  dan Sikap Z Terhadap  
Minat Penggunaan Mobile Banking Y)**

**Tabel 4.18**

**Hasil Uji Autokorelasi Model II**

Nilai Durbin Watson	Tabel Durbin Watson		Keterangan
	Du a	4-Du	
1,463	1,736	2,264	Tidak terjadi korelasi antar residual

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan hasil tabel 4.18 di ketahui besarnya nilai  $dw = 1,463$ ,  $n = 100$ ,  $k = 3$ ,  $dU = 1,736$  dan  $4-dU = 2,264$ . Sehingga diperoleh data  $1,736 > 1,463 < 2,264$  ( $dU > dw < 4-dU$ ) sehingga  $H_0$  diterima. Hal ini dapat di simpulkan bahwa tidak ada autokorelasi atau uji autokorelasi terpenuhi. Maksudnya adalah variabel yang ada dalam model tidak terdapat kasus autokorelasi.

**e. Uji Linieritas**

Uji linieritas ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang di gunakan sudah benar atau tidak, apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linier, kuadrat atau kubik. Dengan uji linieritas akan di peroleh informasi apakah model empiris

sebaiknya linier, kuadrat atau kubik. Jika *Deviation from Linearity*  $> 0,05$  maka model berbentuk linier.

**Model I (Manfaat  $X_1$  dan Kemudahan  $X_2$  Terhadap Sikap Z)**

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Linieritas Model I**

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Manfaat	0,092	Linier
Kemudahan	0,002	Linier

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji linieritas variabel pengetahuan diperoleh nilai *Deviation from Linearity* sebesar  $0,092 > 0,05$  dan variabel religiusitas sebesar  $0,002 > 0,05$ . Maka antara variabel Manfaat, Kemudahan dan Sikap terdapat hubungan yang linier. Sehingga setiap perubahan yang terjadi pada variabel pengetahuan dan religiusitas akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel sikap.

**Model II (Manfaat  $X_1$  Kemudahan  $X_2$  dan Sikap  $Z$  Terhadap Minat  
Penggunaan Mobile Banking  $Y$ )**

**Tabel 4.20**

**Hasil Uji Linieritas Model II**

Variabel	<i>Deviation from Linearity</i>	Keterangan
Manfaat	0,228	Linier
Kemudahan	0,007	Linier
Sikap	0,408	Linier

*Sumber: Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji linier di peroleh nilai *Deviation from Linearity* variabel manfaat sebesar  $0,228 > 0,05$ , variabel kemudahan sebesar  $0,007 > 0,05$  dan variabel sikap sebesar  $0,408 > 0,05$ . Maka antara variabel manfaat, kemudahan, sikap dan minat penggunaan mobile banking terdapat hubungan yang linier. Sehingga setiap perubahan yang terjadi pada manfaat, kemudahan dan, sikap akan diikuti perubahan dengan besaran yang sejajar pada variabel minat menggunakan mobile banking.

**2. Analisis Regresi**

**a. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana merupakan regresi dengan satu variabel penaksir perubahan variabel tergantung atau proses menaksir sebuah fungsi hubungan antara variabel independent dan dependent.

**Model I Manfaat X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> Kemudahan Terhadap Sikap Z)**

**Tabel 4.21**

**Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

**(Manfaat X<sub>1</sub> terhadap Sikap Z)**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.813	.933		3.016	.003
1 Manfaat	.129	.023	.494	5.619	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Berdasarkan tabel 4.21 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 15,588 + 0,315 X_1 + error$$

- Konstanta sebesar 2.813 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas manfaat sama dengan nol atau tetap maka sikap akan meningkat sebesar 2.813.
- Manfaat mempunyai koefisien regresi sebesar 0,129 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel manfaat (X<sub>1</sub>) terhadap sikap (Z). Jika manfaat meningkat maka sikap juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,129 artinya jika manfaat di naikkan sebesar 1 satuan atau di naikkan satu tingkat maka sikap naik sebesar

0,129 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

**Tabel 4.22**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X2 terhadap Z**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.151	.862		2.496	.014
1 Kemudahan	.151	.022	.570	6.860	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 2,151 - 0,151 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 2.151 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas kemudahan sama dengan nol atau tetap maka sikap akan meningkat sebesar 2,151.
- b. Kemudahan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,151 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap sikap ( $Z$ ). Nilai koefisien sebesar 0,151 artinya jika kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka sikap menurun sebesar -0,151 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

**Model II (Manfaat X1, Kemudahan X2 dan Sikap Z Terhadap  
Minat Menggunakan mobile Banking Y)**

**Tabel 4.23**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X1 terhadap Y**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.085	2.586		3.126	.002
Manfaat	.391	.064	.527	6.140	.000

a. Dependent Variable: Minat penggunaan Mobile banking

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.23 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 8,085 - 0,391 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 8,085 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas manfaat sama dengan nol atau tetap maka minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 8,085.
- b. Manfaat mempunyai koefisien regresi sebesar 0,391 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap sikap ( $Z$ ). Nilai koefisien sebesar 0,391 artinya jika manfaat di naikkan sebesar

1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat penggunaan *mobile banking* menurun sebesar 0,391 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana X<sub>2</sub> terhadap Y**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.549	2.398		2.731	.007
Kemudahan	.444	.061	-.592	7.273	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Mobile banking

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 6,549 - 0,444 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 6,549 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas kemudahan sama dengan nol atau tetap maka minat penggunaan *mobile banking* akan meningkat sebesar 6,549.
- b. Kemudahan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,391 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel kemudahan



(X2) terhadap minat penggunaan mobile banking (Y). Nilai koefisien sebesar 0,391 artinya jika kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat penggunaan *mobile banking* menurun sebesar 0,391 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

**Tabel 4.25**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana Z terhadap Y**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.082	.954		3.231	.002
Sikap	2.590	.117	.913	22.110	.000

a. Dependent Variable: Minat menggunakan Mobile banking

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 3,082 - 2,590 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 3,082 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas sikap sama dengan nol atau tetap maka sikap akan meningkat sebesar 3,082

b. Sikap mempunyai koefisien regresi sebesar 2,590 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel sikap (Z) terhadap minat menggunakan mobile banking (Y). Nilai koefisien sebesar 2,590 artinya jika sikap dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat penggunaan *mobile banking* menurun sebesar 2,590 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

#### b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda di gunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

#### Model I (Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Kemudahan (X<sub>2</sub>) Terhadap Sikap (Z)

**Tabel 4.26**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> terhadap Z**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.603	.934		1.716	.089

Manfaat	.046	.031	.175	1.475	.143
Kemudahan	.117	.031	.444	3.746	.000

a. Dependent Variable: Sikap

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Z = 1,603 + 0,043 X_1 - 0,117 X_2 + error$$

- a. Konstanta sebesar 1,603 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas manfaat dan kemudahan sama dengan nol atau tetap maka sikap akan meningkat sebesar 1,603
- b. Manfaat mempunyai koefisien regresi sebesar 0,046 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah, antara variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap sikap ( $Z$ ). jika manfaat meningkat maka sikap juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,046 artinya jika manfaat dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka sikap naik sebesar 0,046 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- c. Kemudahan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,117 dengan arah negatif yang menunjukkan adanya hubungan yang tidak searah antara variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap sikap ( $Z$ ). Nilai koefisien sebesar 0,117 artinya jika kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka

sikap menurun sebesar 0,117 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

**Tabel 4.27**  
**Hasil Uji Regresi berganda  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Z$  terhadap  $Y$**   
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.836	1.320		.634	.528
Manfaat	.047	.044	.063	1.072	.287
Kemudahan	.050	.047	.066	1.064	.290
Sikap	.021	.050	.069	1.056	.000

a. Dependent Variable: Minat penggunaan Mobile banking

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.27 dapat di rumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,836 + 0,047 X_1 + 0,050 X_2 + 0,021 Z + error$$

- a. Konstanta sebesar 0,836 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas manfaat, kemudahan, dan sikap sama dengan nol atau tetap maka minat menggunakan mobile banking akan meningkat sebesar 0,836
- b. Manfaat mempunyai koefisien regresi sebesar 0,047 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ). Jika manfaat meningkat maka minat

- penggunaan *mobile banking* juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,047 artinya jika manfaat dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat penggunaan *mobile banking* naik sebesar 0,047 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- c. Kemudahan mempunyai koefisien regresi sebesar 0,050 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y). Jika kemudahan meningkat maka minat penggunaan *mobile banking* juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,050 artinya jika manfaat dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat menggunakan *mobile banking* naik sebesar 0,050 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.
- d. Sikap mempunyai koefisien regresi sebesar 0,021 dengan arah positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel sikap (Z) terhadap minat penggunaan *mobile banking* (Y). Jika sikap meningkat maka minat menggunakan *mobile banking* juga meningkat. Nilai koefisien sebesar 0,021 artinya jika kepercayaan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat maka minat naik sebesar 0,021 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

### 3. Uji Ketepatan Model

#### a. Uji F

Pengujian hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui sebuah tafsiran parameter secara bersama-sama yang artinya seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

#### Model I (Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Kemudahan (X<sub>2</sub>) Terhadap Sikap (Z))

**Tabel 4.28**  
Hasil Uji F X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> terhadap Z

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	79.382	2	39.691	24.900	.000 <sup>b</sup>
Residual	154.618	97	1.594		
Total	234.000	99			

a. Dependent Variable: Sikap

b. Predictors: (Constant), Kemudahan, Manfaat

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.28 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji  $F_{hitung}$  sebesar 24,900 sehingga nilai  $F_{hitung}$  diketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 3,09. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga di katakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat di ambil kesimpulan  $F_{hitung}$  24,900 >

3,09 maka manfaat dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap sikap.

**Model II (Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Kemudahan (X<sub>2</sub>), dan Sikap (Z)  
Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Y)**

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji F X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> dan Z terhadap Y**

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

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1587.483	3	529.161	171.320	.000 <sup>b</sup>
Residual	296.517	96	3.089		
Total	1884.000	99			

a. Dependent Variable: Minat penggunaan Mobile banking

b. Predictors: (Constant), Sikap, Manfaat, Kemudahan

*Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.29 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji  $F_{hitung}$  sebesar 171.320 sehingga nilai  $F_{hitung}$  di ketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 1587,40 Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga di katakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat di ambil kesimpulan  $F_{hitung}$   $171.320 > 1587,40$  maka manfaat, kemudahan serta sikap secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

### b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan salah satu nilai statistik yang dapat di gunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variasi nilai variabel dependen yang dapat di jelaskan oleh persamaan regresi yang di hasilkan.<sup>5</sup>

#### Model I (Manfaat ( $X_1$ ) dan Kemudahan ( $X_2$ ) Terhadap Sikap ( $Z$ ))

**Tabel 4.30**

**Hasil Uji  $R^2$  Model I**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.582 <sup>a</sup>	.339	.326	1.26254	1.913

a. Predictors: (Constant), Kemudahan, Manfaat

b. Dependent Variable: Sikap

*Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.30 bahwa nilai *R Square* yang di peroleh sebesar 0,326 menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Z$  adalah sebesar 67,4% dan sisanya 82,6 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

---

<sup>5</sup> Lina Asmara Wati dan Mimit Primyastanto, *Ekonomi Produksi Periklanan dan Kelautan Moderen*, 195



**Model II (Manfaat (X<sub>1</sub>) dan Kemudahan (X<sub>2</sub>) dan Sikap (Z)  
Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Y)**

**Tabel 4.31**

**Hasil Uji R<sup>2</sup> Model II**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.918 <sup>a</sup>	.843	.838	1.75748	1.463

- a. Predictors: (Constant), Sikap, Manfaat, Kemudahan  
 b. Dependent Variable: Minat penggunaan Mobile banking  
*Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel 4.31 diketahui bahwa nilai R Square yang diperoleh sebesar 0,843 menunjukkan bahwa variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> serta Z terhadap Y adalah sebesar 84,3 % dan sisanya 15,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

**c. Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

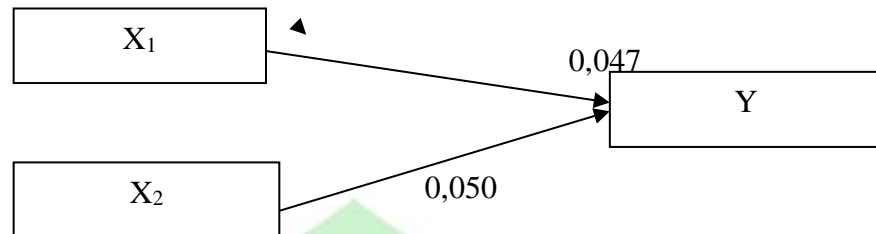
Analisis jalur berguna untuk mengecek atau menguji kasual yang telah di teorikan dan bukan untuk menurunkan teori kasual tersebut. Path analysis di gunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan demikian. Suksesnya analisis jalur

bergantung pada kuat tidaknya teori yang mendukung. Teori yang tidak mendukung model yang kita hipotesiskan hanya akan memberikan hasil yang tidak berguna.<sup>6</sup>

**Tabel 4.32**  
**Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)**

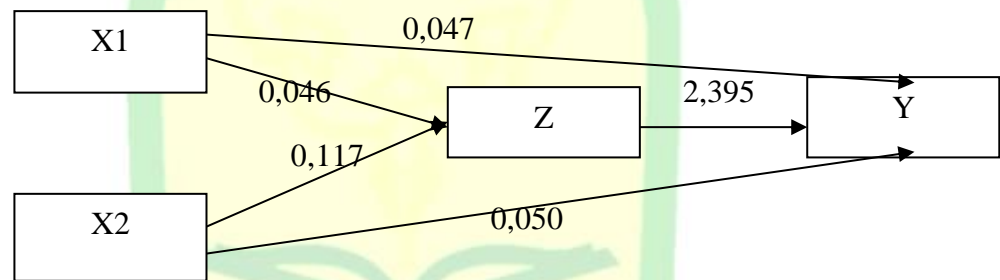
Variabel	Kontribusi		
	Langsung	Tidak	Total
X <sub>1</sub> terhadap Y	0,047	-	0,047
X <sub>2</sub> terhadap Y	0,050	-	0,050
Z terhadap Y	0,021	-	0,021
X <sub>1</sub> terhadap Z	0,046	-	0,046
X <sub>2</sub> terhadap Z	0,117	-	0,117
X <sub>1</sub> terhadap Y melalui Z	-	0,047 X 0,021 = 0,098	0,047+ 0,098 = 0,145
X <sub>2</sub> terhadap Y melalui Z	-	0,050 X 0,021 = 0,010	0,050 + 0,010 = 0,106

<sup>6</sup> Amos Neiloka, *Metode Penelitian Statistika* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2016), 148.



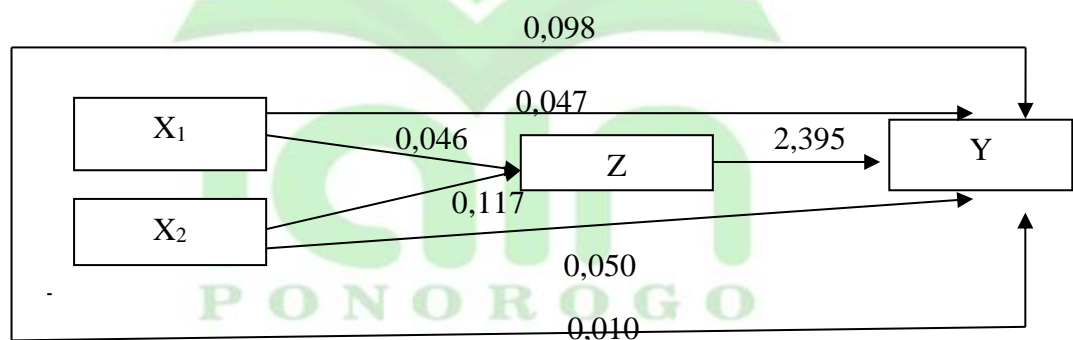
**Gambar 4.33**

**Hasil Analisis Jalur  $X_1$ ,  $X_2$  terhadap  $Z$**



**Gambar 4.34**

**Hasil Analisis Jalur  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Z$  terhadap  $Y$**



**Gambar 4.35**

**Pengaruh Tidak Langsung  $X_1$ ,  $X_2$  terhadap  $Y$  Melalui  $Z$**

Dari hasil analisis jalur tabel 4.34 dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil analisis jalur tabel 4.35 dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

**a) Pengaruh Tidak Langsung Manfaat ( $X_1$ ) terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Y) melalui Sikap (Z)**

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel manfaat ( $X_1$ ) dan variabel sikap (Z) sebagai variabel perantara terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* (Y) pada tabel 4.29 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada tingginya pengaruh tidak langsung dibandingkan dengan pengaruh langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,047 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,098. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel sikap (Z) tidak dapat memediasi variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* (Y).

**b) Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan ( $X_2$ ) terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Y) melalui Sikap (Z)**

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel kemudahan ( $X_2$ ) dan variabel sikap (Z) sebagai variabel perantara terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* (Y) pada tabel 4.27

yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada rendahnya pengaruh tidak langsung dibandingkan dengan pengaruh langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,117. sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,010 Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kepercayaan (Z) tidak dapat memediasi variabel kemudahan (X<sub>2</sub>) terhadap variabel penggunaan *mobile banking* (Y).

#### d. Uji t (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah pengaruh masing- masing variabel bebas terhadap terikat apakah bermakna atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara nilai  $t_{hitung}$  masing-masing variabel bebas dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan derajat kesalahan 0,05. Apabila nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  maka variabel bebasnya memberikan pengaruh bermakna terhadap variabel terikat

#### Model I (Manfaat X<sub>1</sub> dan Kemudahan X<sub>2</sub> terhadap Sikap Z)

**Tabel 4.36**  
**Hasil Uji t Model I**

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		T	Sig	Ket
	B	Std. Error			

X <sub>1</sub> -Z	0,046	0,031	1,475	0,143	Tidak Ada Pengaruh
X <sub>2</sub> -Z	0,117	0,031	3,746	0,000	Ada Pengaruh

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pengujian variabel X<sub>1</sub> terhadap Z nilai  $t_{hitung}$  1,475 > 1,661  $t_{tabel}$  berarti terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar 0,143 > 0,05 sehingga H<sub>0</sub> diterima. Artinya tidak ada pengaruh X<sub>1</sub> terhadap Z secara tidak signifikan sedangkan pengujian X<sub>2</sub> terhadap Z nilai  $t_{hitung}$  3,746 > 1,661  $t_{tabel}$  berarti terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 < 0,05 sehingga H<sub>0</sub> ditolak artinya ada pengaruh X<sub>2</sub> terhadap Z secara signifikan.

**Model II (Manfaat X<sub>1</sub>, Kemudahan X<sub>2</sub> dan Sikap Z terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Y)**

**Tabel 4.37**  
**Hasil Uji t Model II**

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		T	Sig	Ket
	B	Std. Error			
X <sub>1</sub> -Y	0,047	0,044	0,063	1.072	Tidak ada Pengaruh

X <sub>2</sub> -Y	0,050	0,047	0,066	1.064	Ada Pengaruh
Z-Y	2,395	0,141	0,844	16.942	Ada Pengaruh

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Pengujian variabel X<sub>1</sub> terhadap Y menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,063 < 1,661 t_{tabel}$  hal ini berarti tidak terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar  $1.072 > 0,05$  sehingga H<sub>0</sub> diterima. Artinya tidak ada pengaruh X<sub>1</sub> terhadap Y secara signifikan. Pengujian variabel X<sub>2</sub> terhadap Y menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,066 < 1,661 t_{tabel}$  hal ini berarti tidak terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar  $1.064 > 0,05$  sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Artinya ada pengaruh X<sub>2</sub> terhadap Y secara tidak signifikan. Sedangkan pengujian variabel Z terhadap Y menghasilkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,844 < 1,661 t_{tabel}$  hal ini tidak terdapat pengaruh. Nilai signifikansi uji t sebesar  $16.942 > 0,05$  sehingga H<sub>0</sub> ditolak. Artinya ada pengaruh Z terhadap Y secara tidak signifikan.

## E. Pembahasan

### 1. Pengaruh Antara Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking

Hubungan manfaat dengan minat penggunaan mobile banking adalah jika nasabah merasakan manfaat dari penggunaan mobile

banking pasti akan terus menggunakan mobile banking tersebut, dengan kata lain jika meningkatnya manfaat akan mempengaruhi minat penggunaan mobile banking.<sup>7</sup>

Dari pengujian hipotesis manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BSI Mobile KCP Ponorogo dilakukan dengan Uji t. Berdasarkan tabel 4.37 diketahui bahwa koefisien regresi variabel manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking sebesar  $1,475 < 1,661$  yang artinya  $H_0$  di terima dan  $H_a$  di tolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara manfaat terhadap minat penggunaan mobile banking. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai negatif sehingga memiliki arti bahwa dengan menurunnya manfaat tidak akan meningkatkan minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa manfaat tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Mirza Syamsul Hadi dkk,<sup>8</sup> bahwa manfaat yang meningkat tidak akan mempengaruhi pada minat nasabah dalam penggunaan layanan mobile banking.

---

<sup>7</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 65.

<sup>8</sup> Ibid., 65.



Penelitian ini dapat dijadikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia KCP Ponoroggo dalam membuat strategi baru untuk meningkatkan minat penggunaan mobile banking nasabah melalui manfaat. Strategi tersebut dilakukan dengan memberikan suatu informasi mengenai pengenalan dan penawaran produk *mobile banking* melalui event baik skala lokal maupun internasional.

## **2. Pengaruh Antara Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Dengan adanya kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking dalam kemudahan transaksi, maka nasabah akan cenderung menggunakan mobile banking, baik nasabah yang akan melakukan pembiayaan ataupun nasabah yang akan menabung. Ketika suatu Bank mampu memberikan kemudahan dalam bertransaksi, maka semakin tinggi pula keinginan untuk menggunakan mobile banking tersebut.<sup>9</sup>

Berdasarkan Uji t, pada tabel 4.37 di ketahui bahwa koefisien regresi variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap sebesar  $0,066 < 1,661$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  di terima yang mana terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap sikap. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan

---

<sup>9</sup> Syamsul Hadi, dan Novi, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking," *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Islam Indonesia 2015), 66.

mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap sikap. Sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Ulva Vanessa.<sup>10</sup> Yang menyatakan bahwa minat penggunaan *mobile banking* dapat mengalami perubahan tergantung pada faktor yang mempengaruhinya, salah satu faktor tersebut yaitu kemudahan. Kemudahan yang tinggi dapat berpengaruh pada minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

### **3. Pengaruh Antara Sikap terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Sikap penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*, apabila responden merasa senang, nyaman dan senang maka akan mempengaruhi minat perilaku seseorang untuk menggunakannya.<sup>11</sup>

Untuk menguji hipotesis ke-tiga yang menyatakan bahwa sikap berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo dilakukan dengan Uji t.

---

<sup>10</sup> Ulva Vanesa, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Jambi:UIN Sultan Tahaha Syaifuddin, 2020), 68.

<sup>11</sup> 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), 72.

Berdasarkan tabel 4.37 di ketahui bahwa koefisien regresi variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat  $t_{hitung}$  sebesar  $0,844 < 1,661 t_{tabel}$  yang artinya  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  di terima yang mana terdapat pengaruh antara sikap terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan minat akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa minat berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal sesuai dengan yang dikemukakan Ken Sudarti (2018).<sup>12</sup> yang menyatakan bahwa minat penggunaan *mobile banking* merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Bank Mandiri Syariah Semarang .

#### **4. Pengaruh Manfaat Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Untuk menguji hipotesis keempat yang menyatakan bahwa manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo, di lakukan

---

<sup>12</sup> Ken Sudarti, "Sikap Terhadap M-Banking dan Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Adopted M-Banking (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Semarang)," *Jurnal Manajemen* (Semarang: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, 2018), 31.

dengan Uji t. Berdasarkan tabel 4.36 di ketahui bahwa  $t_{hitung}$   $1,475 < t_{tabel} 1,661$  variabel manfaat berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap sikap yang artinya  $H_0$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara manfaat terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai negatif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan manfaat tidak akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa manfaat tidak berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Mirza Rusfianto.<sup>13</sup> bahwa manfaat tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap nasabah penggunaan *mobile banking*.

##### **5. Pengaruh Antara Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking**

Untuk menguji hipotesis ke-lima yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo, dilakukan

---

<sup>13</sup> Mirza Rusfianto, "Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017), 8.

dengan uji t. berdasarkan tabel 4.37 di ketahui bahwa  $t_{hitung} 3,746 > t_{tabel} 1,661$  kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang mana terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Reza Ressita Himawati (2019) bahwa semakin tinggi kemudahan penggunaan akan semakin baik pula sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking*<sup>14</sup>.

#### **6. Pengaruh Manfaat Kemudahan dan Sikap berpengaruh bersama-sama terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking**

Untuk menguji hipotesis keenam yang menyatakan bahwa manfaat, kemudahan dan sikap berpengaruh bersama-sama

---

<sup>14</sup> 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), 72.

terhadap terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI Syariah KCP Ponorogo. dilakukan dengan uji F. terdasarkan tabel 4.29 Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 171.320 sehingga nilai  $F_{hitung}$  di ketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 1587,40 Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga di katakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat di ambil kesimpulan  $F_{hitung}$  171.320 > 1587,40 maka manfaat, kemudahan serta sikap secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa hasil uji nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,843 menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  serta Z terhadap Y adalah sebesar 84,3 % dan sisanya 15,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Hal ini mengindikasikan bahwa jika secara parsial manfaat dan sikap tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking sementara kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking, namun saat keempat variabel tersebut dijalankan secara bersama-sama maka akan menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Maka pihak Bank harus tetap memperhatikan apa saja faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan aplikasi mobile banking BSI KCP Ponorogo.

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa manfaat, kemudahan serta sikap berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang telah dikemukakan oleh Reza Ressita Himawati (2019), bahwa manfaat, kemudahan serta sikap berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*<sup>15</sup>.

#### **7. Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Berpengaruh Bersama-Sama Terhadap Terhadap Sikap**

Untuk menguji hipotesis ketujuh yang menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan berpengaruh bersama-sama terhadap sikap berdasarkan tabel 4.28 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji  $F_{hitung}$  sebesar 24,900 sehingga nilai  $F_{hitung}$  diketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 3,09. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga di katakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat di ambil kesimpulan  $F_{hitung}$   $24,900 > 3,09$  maka manfaat dan sikap secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap sikap. Dan juga berdasarkan hasil uji R Square diketahui berdasarkan tabel 4.29 bahwa nilai R *Square* yang di peroleh sebesar 0,326 menunjukkan

---

<sup>15</sup> Reza Ressita 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), 72.

bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap  $Z$  adalah sebesar 67,4% dan sisanya 82,6 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

Hal ini sesuai dengan penelitian Mirza Rusfianto, yang menyatakan bahwa manfaat dan kemudahan berpengaruh simultan terhadap sikap penggunaan Secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking.<sup>16</sup>

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin baik manfaat dan kemudahan fitur mobile banking yang diberikan oleh perusahaan maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan aplikasi mobil banking BSI KCP Ponorogo Maka sangat perlu bahwa jika manfaat dan kemudahan serta sikap ditingkatkan untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

#### **8. Pengaruh Tidak Langsung Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking di BSI KCP Ponorogo Melalui Sikap**

Untuk menguji hipotesis kedelapan yang menyatakan bahwa sikap mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara manfaat terhadap minat minat nasabah penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo di lakukan dengan analisis jalur (*Path*

---

<sup>16</sup> Mirza Rusfianto, "Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Internet Banking (Semarang: Universitas Diponegoro, 2017),



*Analysis*). Berdasarkan tabel 4.30 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada rendahnya pengaruh langsung dibandingkan pengaruh tidak langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,047 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,112. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel sikap (Z) mampu memediasi variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* (Y).

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Rezza Resita Himawati Yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap mampu memediasi pengaruh manfaat terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.<sup>17</sup>

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap bisa dijadikan sebagai perantara antara manfaat terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Dan menunjukkan bahwa jika semakin merasa puas dengan penggunaan *mobile banking*, maka nasabah akan tetap berminat untuk menggunakan *mobile banking* di BSI KCP Ponorogo.

## **9. Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking di BSI KCP Ponorogo Melalui Sikap**

---

<sup>17</sup> 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), 74.

Untuk menguji hipotesis ke-sembilan yang menyatakan bahwa sikap mampu memediasi pengaruh tidak langsung antara kemudahan terhadap minat manfaat terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo dilakukan dengan analisis jalur (*Path Analysis*).

Berdasarkan Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antara variabel kemudahan ( $X_2$ ) dan variabel sikap ( $Z$ ) sebagai variabel perantara terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* ( $Y$ ) pada tabel 4.28 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada rendahnya pengaruh langsung dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,117. sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,119 Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kepercayaan ( $Z$ ) tidak dapat memediasi variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel penggunaan *mobile banking* ( $Y$ ).

Hasil tersebut sesuai dengan penelitian Rezza Resita Himawati Yang menunjukkan hasil penelitian bahwa sikap tidak mampu memediasi pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.<sup>18</sup>

Berdasarkan hasil penelitian, maka sangat perlu meningkatkan kemudahan dalam melaksanakan sistem operasionlnya, agar nasabah

---

<sup>18</sup> 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), 73.

lebih dapat mempercayakan untuk melakukan transaksi yang sesuai prinsip syariah sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan aplikasi mobile banking di BSI KCP Ponorogo.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan Berdasarkan tabel 4.37 di ketahui bahwa koefisien regresi variabel manfaat berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking sebesar  $1,475 < 1,661$  yang artinya  $H_0$  di terima dan  $H_{a1}$  di tolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara manfaat terhadap minat penggunaan mobile banking. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai negatif sehingga memiliki arti bahwa dengan menurunnya manfaat tidak akan meningkatkan minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.
2. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan pada tabel 4.37 di ketahui bahwa koefisien regresi variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap sebesar  $0,066 < 1,661$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_{a2}$  di terima yang mana terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap sikap. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan sikap

nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

3. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan tabel 4.37 di ketahui bahwa koefisien regresi variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat  $t_{hitung}$  sebesar  $0,844 < 1,661$   $t_{tabel}$  yang artinya  $H_{03}$  di tolak dan  $H_{a3}$  di terima yang mana terdapat pengaruh antara sikap terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan minat akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.
4. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan berdasarkan tabel 4.36 di ketahui bahwa  $t_{hitung}$   $1,475 < t_{tabel}$   $1,661$  variabel manfaat berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap sikap yang artinya  $H_{04}$  diterima dan  $H_{a4}$  ditolak yang mana tidak terdapat pengaruh antara manfaat terhadap sikap dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa manfaat mempunyai nilai negatif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan manfaat tidak akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.
5. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis dapat disimpulkan berdasarkan tabel 4.37 di ketahui bahwa  $t_{hitung}$   $3,746 > t_{tabel}$   $1,661$

kemudahan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang mana terdapat pengaruh antara kemudahan terhadap sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan mempunyai nilai positif sehingga memiliki arti bahwa dengan meningkatkan kemudahan akan meningkatkan sikap nasabah dalam penggunaan *mobile banking* BSI Syariah KCP Ponorogo.

6. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis hasil pengujian dapat disimpulkan . berdasarkan tabel 4.29 Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) diperoleh hasil nilai  $F_{hitung}$  sebesar 171.320 sehingga nilai  $F_{hitung}$  diketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 1587,40 Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga dikatakan variabel akan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat diambil kesimpulan  $F_{hitung} 171.320 > 1587,40$  maka manfaat, kemudahan serta sikap secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa hasil uji nilai *R Square* yang diperoleh sebesar 0,843 menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  serta  $Z$  terhadap  $Y$  adalah sebesar 84,3 % dan sisanya 15,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.
7. Berdasarkan tabel 4.28 hasil pengujian uji F terlihat bahwa nilai uji  $F_{hitung}$  sebesar 24,900 sehingga nilai  $F_{hitung}$  diketahui  $F_{tabel}$  nya sebesar 3,09. Maka  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga dikatakan variabel akan

berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Sehingga dapat di ambil kesimpulan  $F_{hitung} 24,900 > 3,09$  maka manfaat dan sikap secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap sikap. Dan juga berdasarkan hasil uji R Square diketahui berdasarkan tabel 4.29 bahwa nilai R *Square* yang di peroleh sebesar 0,326 menunjukkan bahwa variabel  $X_1$  dan  $X_2$  terhadap Z adalah sebesar 67,4% dan sisanya 82,6 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model.

8. Berdasarkan hasil pengujian Berdasarkan tabel 4.30 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada rendahnya pengaruh langsung dibandingkan pengaruh tidak langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,047 sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,112. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel sikap (Z) mampu memediasi variabel manfaat ( $X_1$ ) terhadap variabel minat penggunaan *mobile banking* (Y).
9. Berdasarkan hasil pada tabel 4.28 yang menunjukkan satu perhitungan yang mengarah pada rendahnya pengaruh langsung dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Di mana pengaruh langsung sebesar 0,117. sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,119 Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel kepercayaan (Z) tidak dapat memediasi variabel kemudahan ( $X_2$ ) terhadap variabel penggunaan *mobile banking* (Y).

## B. Saran

1. Sebaiknya pihak bank syariah Indonesia memberikan pengetahuan dan edukasi tentang mobile banking di BSI KCP Ponorogo kepada nasabah, demi tercapainya tujuan perusahaan.
2. Sebaiknya pihak bank Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti, promosi sebagai pemicu peningkatan produk yang ada di BSI KCP Ponorogo
3. Sebaiknya pihak bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo harus mampu meningkatkan segala dimensi yang mampu meningkatkan minat penggunaan mobile banking
4. Pihak perbankan juga perlu mempelajari bagaimana keinginan nasabah sesungguhnya ketika mereka memanfaatkan *mobile banking*. Hal ini dilakukan agar tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan apa yang diharapkan nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Ansofino. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Eko Sujianto, Agus. *Aplikasi Statistika Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009.
- Riduwan, *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bandung: Ghalia Indonesia, 2010.
- Imam Machali. *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: MPI, 2016.
- Ismail, *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenada Media Group, 2011.
- Jogiyanto. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Philip Kotler dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*, 2011.
- Suharsimi, Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- . *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cetakan ke 2. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Tony Wijaya. *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015.

Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka baru press, 2015.

### **Jurnal**

Afifah, Fadilah dan Sri Widyanesti “Analisis penggunaan Mobile Banking dengan Mengadopsi Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus pada Bank Central Asia di Jakarta)” *E-Proceeding of Management*. Vol. 4, No 1. 2017.

Bangkara, R. P. “Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Easy of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking dengan Attitude Toward Using sebagai Variabel Intervening”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , 2016.

Dafis, F.D, dalam Hendra Iskandar, “Preceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology”. *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3. 1987.

Dewayanti, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan UTAUT (Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology)” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. Vol. 2, No 9. 2018.

Hadi, Syamsul dan Novi. “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking”, *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Universitas Islam Indonesia*. 2015.

- Iskandar, Hendra. "Preceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13, No 3.
- Kurniawati, Hanif Astika dkk. "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking dengan Pendekatan Teknologi Acceptance Model (TAM) yang Telah di Modifikasi (Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified)". *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol, IV, No, 1. 2017.
- Laksana, Giga Bawa dkk. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah BRI Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)". *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 26, No 2. 2015.
- Ramadhan, Reza dan Sri Heria Ningrum. "Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Surabaya)". *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*. Vol. 4, No 6. 2017.
- Mirzha, Rusfianto. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Layanan Internet Banking (Studi Komparasi pada Nasabah Penggunaan Internet Banking Bank mandiri Semarang Berdasarkan Tingkat Pendapatan)", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 1. 2016.

Sudarti, Ken. “Sikap Terhadap M-Banking dan Dampaknya Terhadap Behavioral Intention To Adopted M-Banking (Studi Kasus PT. Bank Syariah Mandiri Semarang)” *Jurnal Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. 2018.

Sunyoto, Danang. “Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori kuisisioner, Alatan Analisis Data)”, CAPS (*Center of Academic Publising Service*)”. 2014.

### **Skripsi**

Inayah, Nur. “Model Perilaku Penggunaan Mobile Banking Di Bank Syaria”, *Skripsi*, Semarang: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. 2018.

Susanti, Anik. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking”, *Skripsi*, Yogyakarta: Fakultas Syariah dan Hukum Sunan Kalijaga. 2015.

Wibiadila, Ikbar. “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)”, *Skripsi*. Solo: Universitas Muhamadiyah Surakarta. 2016.

### **Artikel**

M.Idhom, Addi “Profil Direksi Bank Syariah Indonesia Yang Resmi Berdiri Hari Ini”  
Artikel hari ini 2021. Jakarta: 2021: 2-5.

**Wawancara**

Devi Krisma, *Wawancara*, 29 September 2020.

Frensiska Nur, *Wawancara*, 31 September 2020.

Novi, *Wawancara*, 31 September 2020.

Hafif, *Wawancara*, 2 September 2020.

**Web**

[www. Bankbsi.co.id](http://www.Bankbsi.co.id) (diakses pada tanggal 16 April 2021, jam 15.47).

<http://fatkhan.web.id/uji-asumsi-klasik/>, (diakses pada tanggal 12 April 2021, jam 14.22).

