

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI  
KEMUDAHAN DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN  
NASABAH MENGGUNAKAN M-BANKING PADA MASA  
PANDEMI TAHUN 2020  
(Studi pada PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MAJENANG)**



Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saefuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi  
Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

**Oleh :**  
**SITI HASANAH**  
**NIM. 1617202122**

**JURUSAN PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Hasanah  
NIM : 1617202122  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 20 Januari 2022

Saya yang menyatakan,

A 1000 Rupiah Indonesian postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000 METERAI TEMBEL' and '44BAJX592649393'.

Siti Hasanah

NIM. 1617202122



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN  
DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN  
M-BANKING PADA MASA PANDEMI TAHUN 2020  
(STUDI PADA PT BANK SYARIAH MANDIRI KCP MAJENANG)**

Yang disusun oleh Saudara **Siti Hasanah NIM 1617202122** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis** tanggal **03 Februari 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimn, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Kholilur Rahman, Lc., M.A.  
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 16 Februari 2022

Mengetahui/Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Siti Hasanah NIM. 1617202122 yang berjudul:

**Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 17 Januari 2022

Pembimbing,



Sulasih S.E., M.Si.

NIDN. 0619018002

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF USEFULNESS, PERCEPTIONS OF EASY, AND RISK ON CUSTOMER'S DECISION USING M-BANKING (STUDY AT PT BANK MANDIRI SYARIAH KCP MAJENANG)**

Siti Hasanah

NIM.1617202122

E-mail: [sitihasanah202122@gmail.com](mailto:sitihasanah202122@gmail.com)

Department of Zakat and Waqf Management  
Faculty of Economics and Islamic Business  
State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Mobile banking is one of the banking services where this service combines information systems and technology. This service provides many benefits for its users. The benefits provided by technology systems cannot be separated from the ease of use. In addition, m-banking also has risks, one of which is carried out by cyber actors.*

*This study was conducted to examine the effect of perceived usefulness (X1), perceived convenience (X2) and risk (X3) on customer decisions to use mobile banking during the pandemic (study at PT Bank Mandiri Syariah KCP Majenang). The population used in this study were customers of PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang in one semester with a total of 489 customers. The sample used as the object in this study was 83 customers. This study uses primary and secondary data. The technique used for the selection of the sample is purposive sampling. The technique of data analysis was done by using multiple linear regression method with statistical test first. Data processing in this study using SPSS version 25 as data processing.*

*The results showed that perceived usefulness, perceived convenience and risk had an effect on customer decisions in using m-banking. While partially the effect of perceived usefulness is negative and significant and the perceived ease and risk variables have a significant positive effect on customer decisions in using mobile banking. Based on the value of the coefficient of determination (Adjust R2) obtained 41.1%. This means that 41.1% of the variation in customer decisions using m-banking can be explained by perceptions of the perceived usefulness variable, perceived convenience and risk, while the remaining 58.9% is explained by other variables.*

***Keywords: perceived usefulness, perceived convenience, risk, decision to use mobile banking***

# **PENGARUH PERSEPSI KEBERMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN RISIKO TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN M-BANKING (STUDI PADA PT BANK MANDIRI SYARIAH KCP MAJENANG)**

Siti Hasanah

NIM.1617202122

E-mail: [sitihasanah202122@gmail.com](mailto:sitihasanah202122@gmail.com)

Jurusan Perbankan Syariah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Agama Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saefuddin Zuhri Purwokerto

## **ABSTRAK**

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan dimana layanan ini menggabungkan antara sistem informasi dan teknologi. Layanan ini banyak memberikan manfaat bagi penggunanya. Manfaat yang diberikan dari sistem teknologi tidak lepas dari kemudahan dalam penggunaannya. Selain itu, m-banking juga mempunyai risiko salah satunya yang dilakukan oleh pelaku *cyber*.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh persepsi kebermanfaatan (X1), persepsi kemudahan (X2) dan risiko (X3) terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada masa pandemi (studi pada PT Bank Mandiri Syariah KCP Majenang). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang dalam satu semester dengan jumlah nasabah sebanyak 489 nasabah. Sampel yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini sejumlah 83 nasabah. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Teknik yang digunakan untuk pemilihan sample *purposive sampling*. Teknik analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda dengan uji statistik terlebih dahulu. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 sebagai pengolahan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan m-banking. Sedangkan secara parsial pengaruh persepsi kebermanfaatan negative signifikan dan variabel persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (*Adjust R<sup>2</sup>*) memperoleh 41,1%. Hal ini berarti 41,1% variasi keputusan nasabah menggunakan *m-banking* dapat dijelaskan oleh persepsi variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko, sedangkan sisanya 58,9% dijelaskan oleh variabel lain.

**Kata kunci :** persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, risiko, keputusan menggunakan *mobile bankin*

**MOTTO**

“Bertanggung jawablah atas apa yang menjadi keputusanmu”



## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	<u>S</u>	es (dengan garis di bawah)
ض	d'ad	<u>D</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	Ṭa	<u>Ṭ</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	Ža	<u>Ž</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	W
ه	ha’	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	ya’	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>
-----	---------	---------------

3. *Ta’ marbutah* di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya’</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila *ta’ marbutah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة لفظر	Ditulis	<i>zakat al-ḥiṭr</i>
-----------	---------	----------------------

#### 4. Vokal pendek

◌َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

#### 5. Vokal panjang

1.	<b>Fathah + alif</b>	Ditulis	<i>ā</i>
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	<i>ā</i>
	تنس	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<b>Kasrah + ya' mati</b>	Ditulis	<i>ī</i>
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<b>Dammah + wawu mati</b>	Ditulis	<i>ū</i>
	فروض	Ditulis	<i>furuḍ</i>

#### 6. Vokal rangkap

1.	<b>Fathah + ya' mati</b>	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	<b>Fathah + wawu mati</b>	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

#### 7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata yang dipisah apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf *qomariyyah*

القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>
القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>

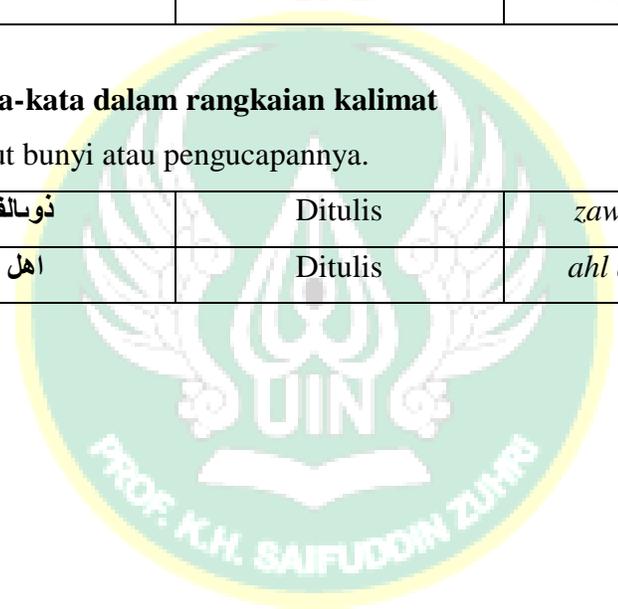
b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* diikuti dengan menggunakan harus *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menggunakan huruf *l* (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذو الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furuḍ</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah atas segala limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, penulis mengucapkan rasa syukur karena telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan M-Banking Pada Masa Pandemi (Studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang).” Dengan skripsi ini, penulis mem persembahkan kepada:

1. Orang tua penyusun, Bapak Saepudin dan Ibu Dasikem, yang selalu mencurahkan seluruh kasih sayang, cinta, perhatian, motivasi, pengorbanan, serta do’a terbaik yang tak pernah putus.
2. Kedua kaka dan adik, yang telah memberikan dukungan, semangat, do’a serta yang tak pernah bosan bertanya “kapan kamu Wisudanya?”. Semoga Allah memuliakan kalian dan senantiasa dalam lindungan Allah SWT.
3. Keluarga besar Bani Solihin, terimakasih atas dukungannya, semoga silaturrahmi tetap terjaga diantara kita semua.
4. Dosen pembimbing, Ibu Sulasih, S.E., M.Si. serta dosen-dosen yang telah memberikan bimbingan dan ilmu yang bermanfaat.
5. Teman-teman seperjuangan, Cindi Yayang Savitri, Wiwik Wijayanti, Tayah Muti’ah, Latifah Ummah, Astuti Rahayu, Enjang Lutfi, Yusuf, Sheli, Rofik. yang tiada hentinya selalu ngasih motivasi serta dorongan untuk menyelesaikan studi ini,
6. Pegawai Bank Syariah Mandiri KCP Majenang yang telah mendukung dan memberikan banyak informasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Semua orang yang turut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, para sahabat dan *tabi'in* semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan semoga mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan dan Pendapatan Terhadap Minat Membayar Zakat Profesi (Studi Kasus ASN di UPZ Koordinator Wilayah Bidang Pendidikan Kecamatan Cimanggu).”

Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Sulkhan Chakim, M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si. Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Sulasih, S.E., M.Si. Pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya sehingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
10. Pihak yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan semangat, motivasi, dan bantuan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena itu kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.

Purwokerto, 20 Januari 2022



## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRACT .....	v
ABSTRAK .....	vi
MOTTO.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA .....	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR .....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kerangka Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen .....	12
2. Keputusan Penggunaan .....	17
3. Persepsi Kebermanfaatan .....	18
4. Persepsi Kemudahan .....	21
5. Risiko.....	23
6. Penggunaan Mobile banking .....	24
C. Kerangka Berpikir .....	28
D. Rumusan Hipotesis.....	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	31
A. Jenis Penelitian.....	31
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	31
C. Populasi dan Sampel .....	31
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	33
E. Pengumpulan Data .....	35
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	42
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	42
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri (BSM) .....	42
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	44
3. Prinsip-Prinsip Bank Syariah Mandiri.....	45
B. Karakteristik Responden Penelitian .....	50
C. Distribusi Tanggapan Responden .....	53
D. Analisis Hasil Penelitian .....	56
1. Uji Keabsahan Data.....	56
2. Uji Asumsi Klasik .....	58
3. Uji Linier Berganda.....	63
4. Uji Hiopotesis.....	65
E. Pembahasan Hasil Penelitian .....	68
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	: Data Nasabah Pengguna Mobile Banking
Tabel 3.1	: Variabel Indikator Penelitian
Tabel 4.1	: Distribusi Frekuensi responden berdasarkan Jenis kelamin
Tabel 4.2	: Data Frekuensi Responden berdasarkan Usia
Tabel 4.3	: Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel 4.4	: Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah
Tabel 4.5	: Variabel Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile banking</i>
Tabel 4.6	: Variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile banking</i>
Tabel 4.7	: Variabel Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile banking</i>
Tabel 4.8	: Variabel Keputusan Penggunaan <i>Mobile banking</i>
Tabel 4.9	: Hasil Uji Validitas
Tabel 4.10	: Hasil Uji Reabilitas
Tabel 4.11	: Hasil Uji Normalitas
Tabel 4.12	: Hasil Uji Multikolinieritas
Tabel 4.13	: Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser
Tabel 4.14	: Hasil Analisis Regresi Berganda
Tabel 4.15	: Hasil Uji Statistik t (Uji Parsial)
Tabel 4.16	: Hasil Uji f (Simultas)
Tabel 4.17	: Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.2 : Kerangka Berpikir
- Gambar 4.1 : Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Majenang
- Gambar 4.2 : Histogram Regression Standarized Residual
- Gambar 4.3 : Uji Normalitas P-Plot



## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Jawaban Kuesioner Responden
- Lampiran 3 : Hasil Beberapa Uji
- Lampiran 4 : Foto Dokumentasi
- Lampiran 5 : Sertifikat-Sertifikat
- Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang tujuan utamanya menghimpun dana dari orang yang kelebihan dana setelah itu bank menyalurkan kembali dana tersebut kepada orang yang kekurangan dana, dan bank juga memberikan jasa layanan yang lainnya (Kasmir, 2012). Menurut Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta tata cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Perkembangan zaman sekarang ini, menuntut kita untuk memanfaatkan teknologi yang sudah canggih. (Darmawi, 2011) Teknologi informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman. (Sumarwan, 2011) Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran. Kemajuan di bidang komunikasi, terutama internet dan telepon genggam sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran.

Dampak dari kemajuan pesat teknologi pada perbankan terlihat dari adanya aplikasi yang dikeluarkan oleh pihak bank. Di bank sendiri juga sudah tersedia teknologi yang mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi, salah satu teknologi yang dimiliki oleh bank yaitu mobile banking (Lusia, 2017). Dengan menggunakan *mobile banking* maka nasabah akan lebih dimudahkan dalam segala hal.

*Mobile Banking* atau yang lebih dikenal dengan *m-banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti *handphone*, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui sms (pesan singkat) pada *handphone*. Dengan adanya *handphone* dan

layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan *handphone* nasabah dapat menghemat waktu dan biaya. Layanan *mobile banking* memberikan kemudahan kepada para nasabah untuk melakukan transaksi perbankan seperti cek saldo, transfer antar rekening, dan lain-lain (Syaefullah, 2014).

Menurut Jogiyanto (2005) persepsi manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja dari pekerjaannya. *Mobile banking* memberikan manfaat baik kepada pihak perbankan maupun nasabah. Diantaranya bagi pihak bank adalah *business expansion, customer loyalty, revenue and cost improvement, competitive advantage, new business model* serta *fee base income*. Pada dasarnya, sebuah layanan yang mampu memberikan manfaat pada nasabah pasti akan diterima dengan baik. Semakin nasabah merasa *m-banking* bermanfaat maka *m-banking* akan semakin sering digunakan. Begitu juga sebaliknya semakin nasabah merasa *m-banking* kurang bermanfaat, maka nasabah cenderung tidak mau menggunakan jasa *m-banking* tersebut (Nur Hayati, 2018).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Adi Prasetya dkk (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan persepsi kebermanfaatan secara parsial terhadap penggunaan *E-banking*. Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi dan Novi (2016) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Menurut Jogiyanto (2008) persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Selain manfaat teknologi juga memberikan kemudahan bagi para nasabah diantaranya memberikan kemudahan dan kecepatan, transaksi dimana saja dan kapan saja dapat dilakukan dengan menghemat biaya dan juga waktu, transaksi yang dilakukan seperti cek

saldo, transfer, pembayaran, dan pembelian tanpa pergi keluar rumah ataupun datang ke bank hanya cukup dengan mengakses *smartphone* (Zaky, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2012) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan sistem internet banking. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhli dan Fachruddin (2016) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi kemudahan terhadap penggunaan *internet banking*. Selain persepsi manfaat dan persepsi kemudahan, menurut Dian Lusia (2017) persoalan tentang risiko juga menjadi hal penting untuk diantisipasi.

Menurut Pavlou (2001) resiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam penerimaan hasil yang diinginkan. Banyak juga kejahatan yang terjadi melalui *m-banking* diantaranya seperti yang telah dilansir oleh media CNBC Indonesia (06/02/2020) modus pembobolan *mobile banking* melalui nomor ponsel. Dalam transaksi perbankan terutama *internet banking* dan *mobile banking*, perbankan biasanya mengirimkan password khusus ke nomor ponsel yang dimiliki nasabah yang disebut OTP (*One Time Password*) sebagai alat verifikasi. Ada dua skema yang dipakai pencuri dalam membobol rekening bank via nomor ponsel dengan rekayasa social, seperti *Call Forwarding* dan *SIM Swap Fraud*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Verdina (2021) yang mengatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi risiko terhadap penggunaan *internet banking*. Sedangkan menurut Pertiwi dan Adhivinna (2014) yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara risiko terhadap penggunaan *internet banking*.

Menurut Muamar Azizi (2016) kemudahan dan risiko, serta manfaat menurut Jogiyanto (2008) merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari

kegiatan-kegiatan sebelumnya (Santri Zulaikha, 2016). Menurut Nugroho J. Setiadi (2008) keputusan membeli seseorang merupakan “hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, social, pribadi, dan psikologi.

Dalam penelitian ini, produk yang dimaksud adalah *mobile banking* atau biasa disebut *m-banking*. PT Bank Syariah Mandiri biasanya mempromosikan *m-banking* langsung kepada nasabah yang akan membuka rekening atau saat bertanya kepada *customer service* mengenai produk maupun layanan yang ada di PT Bank Syariah Mandiri. Aktivasi layanan *m-banking* dapat melalui bantuan *customer service* bank tersebut. Sehingga semakin baiknya layanan *m-banking*, maka nasabah pun akan memutuskan menggunakan fasilitas tersebut.

Selain itu setiap tahunnya PT Bank Syariah Mandiri mendapatkan banyak penghargaan diantaranya *Digital Brand Awards2020 – Best Overall Bank Umum Syariah*, *Karim Award 2019 - The Best in Growth Sharia Bank Asset > 20 trillion*, *BI Award 2018 - Bank Pendukung Pengendalian Moneter Syariah Terbaik*, *Peringkat 1 Digital Brand Bank Umum Syariah 2017 – Bank Syariah Mandiri* : untuk kategori Bank Umum Syariah 2012 – 2016 , *The Most Improved Performance in Complaint Handling* – Pencapaian Kinerja pada tahun 2016 dalam penanganan masalah nasabah dan lain-lainnya.

Sejak diluncurkan pada desember 2019, pembukaan rekening online menunjukkan pertumbuhan yang positif. Hingga juni 2020, pembukaan rekening melalui aplikasi Mandiri Syariah Mobile (MSM) mencapai 61.318 rekening. Atau mencapai rata-rata 20 ribu rekening perbulan. Seperti yang dilansir oleh media CNBC Indonesia (25/08/2020), PT Bank Syariah Mandiri (Mandiri Syariah) mencatatkan pertumbuhan transaksi digital selama masa pandemi COVID-19. Total transaksi Mandiri Syariah Mobile (MSM) perjuni 2020 mencapai 19,50 juta transaksi. Angka ini meningkat 94% dibandingkan juni 2019 yang sebesar 10,6 juta transaksi. Achmad Syafii menambahkan, kondisi pandemi ini turut mendorong terjadinya *sifting* transaksi dari cabang ke digital. Hal tersebut terlihat

dari penurunan total transaksi cabang sepanjang semester I-2020 yang sebesar 4,145 juta atau turun 36% dibandingkan total transaksi semester I-2019 yang tercatat sebesar 6,52 juta.

Pada tanggal 1 Februari 2021 PT Bank Syariah Mandiri resmi beroperasi menjadi PT Bank Syariah Indonesia Tbk (selanjutnya disebut BSI). BSI merupakan bank syariah terbesar di Indonesia hasil penggabungan (merger) tiga bank syariah dari Himpunan Bank Milik Negara (Himbara), yaitu: PT Bank BRI Syariah (BRIS), PT Bank Syariah Mandiri (BSM), dan PT Bank BNI Syariah (BNIS) (Ahmad Sani Alhusain, 2021).

Dari sekian banyaknya cabang Bank Syariah Mandiri di Indonesia maka peneliti mengambil penelitian disalah satunya yaitu nasabah pengguna *mobile banking* di Bank Mandiri Syariah KCP Majenang yang berlokasi di Jl. Diponegoro No. 60, Kel. Sindangsari, Kec. Majenang, Kab. Cilacap. Yang dimana data yang saya ambil dari penelitian ini adalah data dari bulan Juli-Desember 2020. Berikut tabel pengguna mobile banking pada tahun 2020.

**Tabel 1.1**  
**Data Nasabah Pengguna Mobile Banking Tahun 2020**

No	Bulan	Jumlah nasabah
1	Juli	79 orang
2	Agustus	77 orang
3	September	82 orang
4	Oktober	76 orang
5	November	90 orang
6	Desember	85 orang
	<b>Jumlah</b>	<b>489 orang</b>

Sumber: Wawancara dengan (*Back office*) Bank Syariah Mandiri pada tanggal 8 januari 2021

Bank Syariah Mandiri KCP Majenang merupakan satu satunya bank umum syariah yang berada di kecamatan Majenang dan juga dalam operasionalnya sudah berbasis *online banking*, seperti halnya dalam pembukaan rekening, para nasabah

yang akan membuka rekening dianjurkan untuk terlebih dahulu menginstal aplikasi *Mandiri Syariah Mobile* (MSM) dan setelah itu nasabah akan di dampingi oleh *customer service* pada proses pembukaan rekening dengan menggunakan *Mandiri Syariah Mobile* tersebut. Sedangkan tarif *m-banking* berbeda-beda tergantung transaksi yang dilakukan atau sesuai dengan keperluan nasabah. Sehingga semakin murah tarif yang di tawarkan, maka nasabah akan semakin cenderung berminat dalam menggunakan *m-banking*. Dan begitu pula sebaliknya, semakin mahal tarif yang ditawarkan dalam sebuah produk, maka nasabah cenderung tidak berminat dalam menggunakannya.

Sebagai salah satu faktor penentu dalam pemasaran, teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam meraih pelanggan. Semakin mudah informasi mengenai suatu produk didapat akan semakin meningkat pula peluang untuk meraih pelanggan dan akan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan suatu produk. Bagi nasabah, keputusan untuk menggunakan jasa tentunya didasarkan pada berbagai pertimbangan. Sebuah premis dasar dalam teori perilaku nasabah adalah bahwa masyarakat cenderung untuk memilih barang atau jasa yang memberikan nilai paling tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *m-banking* pada Masa Pandemi Tahun 2020 (studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang) “**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diperoleh rumusan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP majenang?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang?
3. Apakah risiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang?
4. Apakah persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko secara Bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang?

### **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah mandiri KCP Majenang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.
- c. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.
- d. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan produk layanan *m-banking* PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.

## 2. Manfaat Penelitian

### a. Bagi Akademisi, yaitu:

- 1) Dapat memberikan manfaat berupa tambahan kepustakaan/ referensi mengenai masalah seputar *m-banking*.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan pemikiran dalam meningkatkan strategi pemasaran dimasa mendatang.
- 3) Dapat memberikan kontribusi terhadap *literature* manajemen pemasaran.
- 4) Diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dalam pengembangan ilmu ekonomi islam kedepannya.

### b. Bagi Perusahaan

- 1) Diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pengambil keputusan di bidang perbankan dalam mengelola sistem layanan *m-banking* dalam meningkatkan *privacy* nasabahnya agar nasabah semakin yakin dan percaya pada layanan *m-banking* terutama pada nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.
- 2) Diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak bank yang berkenaan dengan peningkatan kualitas *m-banking*.

### c. Bagi Penulis

- 1) Menyelesaikan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana
- 2) Sebagai sarana untuk mengembangkan ilmu yang di dapat saat kuliah dan penerapan dalam praktek nyata.

## D. Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini bertujuan untuk menggambarkan alur pemikiran penulis dari awal hingga kesimpulan akhir. Adapun rencana sistematika pembahasan dari awal hingga akhir kesimpulan adalah sebagai berikut:

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

**BAB II LANDASAN TEORI**, Bab ini berisi landasan teori yang disesuaikan dengan tema dan obyek penelitian. Landasan teori dilengkapi dengan Landasan Teologis sebagai ciri dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

**BAB III METODE PENELITIAN**, Bab ini terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, definisi variabel penelitian, metode pengumpulan data, instrument penelitian, teknik analisis data.

**BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**, Bab ini berisikan penyajian data-data dari lapangan atau berupa dokumen-dokumen yang dianalisis setelah melakukan penelitian.

**BAB V PENUTUP**, Bab ini memaparkan kesimpulan, dan saran dari hasil analisis data yang berkaitan dengan penelitian.



## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Kajian pustaka berperan untuk mengenali fokus perbandingan diantara riset yang telah ada sebelumnya untuk mengenali letak kasus yang diteliti dengan mendasarkan pada *literature* yang berkaitan dengan pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan resiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *m-banking* pada masa pandemi. Riset tentang pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan resiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *m-banking* pada masa pandemi, bukanlah sesuatu yang baru. Berikut ini sebagian karya yang terdokumentasikan terkait kasus yang dikaji, ialah sebagai berikut:

Dalam Jurnal Bank dan Bisnis (Adria Yudi Kurniaputra, Mochamad Nurhadi, 2018) dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Resiko dan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *Mobile banking* BRI. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, dan persepsi manfaat memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* BRI, sedangkan persepsi resiko memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* BRI. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu sama-sama menganalisis keputusan nasabah dengan variabel persepsi kemudahan, resiko dan kemanfaatan. Perbedaan dengan penelitian yang ditulis ialah terletak pada objek penelitian yaitu *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.

Dalam Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen (Fitriani Latief dan Dirwan, 2020) dengan judul penelitian Pengaruh Kemudahan, Promosi dan kemanfaatan terhadap Keputusan Menggunakan uang Digital. Hasil dari penelitian menunjukkan faktor kemudahan dan kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan uang digital sedangkan aktivitas promosi tidak berpengaruh signifikan akan tetapi secara simultan kemudahan,

kemanfaatan dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan penggunaan uang digital. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu menganalisis keputusan nasabah, sama sama memiliki variabel kemudahan Perbedaan dengan penelitian yang ditulis yaitu terletak pada kajian teori dan juga objek penelitian

Dalam Jurnal Kajian Bisnis (Yunita Fitri Wahyuningtiyas dan Dyah Ayu Widiastuti, 2015) dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian secara online bahwa hasil dari penelitian menunjukkan variabel persepsi resiko, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terbukti berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara online. Perbedaan dengan penelitian yang ditulis yaitu terletak pada kajian teori dan juga objek yang dijadikan penelitian oleh penulis yaitu *Mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Majenang sedangkan pada penelitian sebelumnya yaitu konsumen barang fashion di *Facebook*

Dalam Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan syariah (Andi Fauziah dan Tenripada) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan resiko terhadap penggunaan E-Banking (survei pada Nasabah BRI Syariah di kota Palu). Pada penelitian ini menunjukkan kepercayaan, kemudahan dan resiko secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan e-banking BRI Syariah di Kota Palu. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu terletak pada kajian teori yaitu sama sama memiliki variabel kemudahan dan resiko. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan terletak pada variabel kepercayaan dan objek yang dilakukan oleh penulis yaitu di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.

Dalam Jurnal IKRA-ITH Ekonomika (Hutami A. Ningsih, ending M Sasmita dan Bidasari, 2021) dengan judul Pengaruh Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) pada Mahasiswa. Bahwa hasil dari penelitian ini menunjukkan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan dan

persepsi risiko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan menggunakan uang elektronik berbasis QRIS pada mahasiswa. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan yaitu terletak pada kajian teori yang sama sama menggunakan variabel pengaruh manfaat, persepsi kemudahan dan resiko. Perbedaan dengan penelitian yang ditulis yaitu terletak pada kajian teori dan juga objek penelitian, karena yang dijadikan objek penelitian oleh penulis yaitu *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Majenang sedangkan pada penelitian sebelumnya yaitu Uang Elektronik QRIS pada Mahasiswa.

## **B. Kerangka Teori**

### **1. Perilaku Konsumen**

#### **a. Model Perilaku Konsumen**

Suatu industri yang menguasai bagaimana pelanggan ataupun konsumen hendak bereaksi terhadap bermacam bentuk produk, harga, iklan, maka industri tersebut akan lebih baik dari perusahaan-perusahaan pesaingnya. Rangsangan pada kontak dari luar yang terdiri dari dua komponen ialah pemasaran dan lingkungan. Rangsangan pemasaran berbentuk, produk, harga, tempat serta promosi, sedangkan rangsangan lingkungan berbentuk, ekonomi, teknologi, politik, dan kebudayaan (Drs. Daryanto, 2014).

#### **b. Pengertian Perilaku Konsumen**

kebutuhan dan kemauan konsumen sangat bermacam-macam serta dapat berubah-ubah sebab terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Oleh sebab itu seorang pemasar perlu untuk memahami perilaku konsumen agar aktivitas pemasaran yang dilaksanakan bisa berjalan secara efisien dan efektif.

Terdapat Sebagian penafsiran perilaku konsumen yang dikemukakan oleh para pakar diantaranya adalah menurut Mangkunegara (2002): “Perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam memperoleh, memakai barang-barang ataupun jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan”. Menurut Nugroho J (2003): “Perilaku konsumen ialah suatu interaksi yang dinamis antara afeksi, serta kognisi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melaksanakan aktivitas pertukaran dalam kehidupan mereka. Perilaku konsumen pula tidak lepas dari langkah bagaimana untuk menyusun strategi pemasaran. Strategi yang dapat diharapkan dapat memberikan kepuasan untuk konsumen dengan pemberian layanan yang baik.

Menurut Kotler (2009) perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut: Faktor Budaya, merupakan seluruh nilai, pemikiran serta symbol yang mempengaruhi sikap, perilaku, kepercayaan dan kebiasaan seseorang dalam masyarakat (Sumarwan, 2011). Budaya dapat mempengaruhi metode berpikir serta pengambilan keputusan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, termasuk keputusan pembelian. Dengan adanya budaya, pemasar wajib mencermati metode terbaik untuk memasarkan produknya.

#### 1) Faktor sosial

- a) Kelompok referensi, ialah kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan oleh seorang dalam memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi.
- b) Keluarga ialah lingkungan dimana sebagian orang tinggal serta berhubungan dengan anggota keluarga yang lain. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi satu sama lain dalam

mengambil keputusan membeli produk maupun jasa (Sumarwan, 2011).

- c) kedudukan sosial seseorang dapat berbeda-beda ketika seseorang menyanggah status sosial. orang yang berbeda dikelas akan cenderung memiliki gaya hidup yang terletak dengan kelas dasar.

## 2) Faktor Pribadi

- a) Usia menjadi faktor pribadi sebab konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk serta jasa yang berbeda. Perbedaan usia ini menyebabkan selera serta kesukaan pula berbeda (Suryani, 2013). Dari usia ini pemasar dapat melihat apa saja yang diperlukan konsumen.

- b) Pekerjaan dan Pendidikan

Pekerjaan dan Pendidikan ialah dua ciri konsumen yang saling berkaitan. Tingkatan Pendidikan seseorang bisa mempengaruhi metode berpikir, metode pandang serta mempunyai produk (Suryani, 2013). Bagi pemasar, tingkatan pendidikan seorang konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda, sehingga bisa membuat bermacam inovasi produk untuk penuhi konsumen.

- c) Kepribadian ialah sekumpulan karakteristik yang memadukan watak, tempramen, keahlian umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh lingkungan (Suryani, 2013). Bagi konsumen produk dan jasa yang digunakan dapat disesuaikan dengan kepribadiannya.

- d) Gaya hidup ialah pola kehidupan seseorang. Gaya hidup seseorang ini dicerminkan dari aktivitas, minat serta opini dari seseorang. gaya hidup dapat menolong seorang pemasar untuk menguasai nilai ataupun kebutuhan yang berganti-ganti serta berpengaruh pada sikap pembelian.

### 3) Faktor Psikologis

- a) Motivasi ialah energi yang ada pada diri konsumen. Motivasi timbul karena terdapat kebutuhan. Kebutuhan yang dirasa oleh seseorang diharapkan bisa memberikan manfaat dalam memakai suatu produk.
- b) Persepsi ialah proses dimana seorang memilih, mengendalikan serta menginterpretasikan sebuah informasi. Persepsi seseorang terhadap suatu objek berbeda-beda sebab pemikiran seseorang pula berbeda-beda.
- c) Pembelajaran digambarkan dari perubahan sikap yang timbul karena pengalaman yang telah terjadi. Pembelajaran ini berpengaruh terhadap apa yang diputuskan, apa yang dibeli serta apa yang dikonsumsi.

#### c. Perilaku Konsumen dalam Islam

Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi islam dalam hal mengkonsumsi terletak pada metode pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Pada teori konsumsi islam, atribut produk yang mendapat urutan paling penting merupakan yang sesuai dan cocok dengan prinsip syariah. Sebab manusia muslim, baik individu ataupun kelompok dalam lapangan ekonomi ataupun bisnis disatu sisi diberi kebebasan untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya. Tetapi di sisi lain, terikat dengan iman serta etika sehingga tidak bebas mutlak dalam menginvestasikan modalnya ataupun dalam membelanjakan hartanya.

Dalam islam, perilaku konsumen harus mencerminkan hubungan baik antara dirinya dengan Alloh SWT. Konsumen dalam hal ini adalah memilih barang ataupun jasa yang tidak haram, tidak kikir, dan tidak tamak.

Menurut Suprayitno (2008) pedoman perilaku konsumen dalam islam yaitu sebagai berikut:

### 1) Prinsip kesederhanaan

Prinsip kesederhanaan ini memiliki arti bahwa dalam melakukan konsumsi tidak boleh berlebihan serta tidak melampaui batasan. Ayat dibawah ini menyebutkan tentang larangan untuk berlebih-lebihan. Allah berfirman dalam surah Al- Maidah ayat 87

أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

*“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang sudah dihalalkan Allah terhadapmu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui Batasan”.*

Dari ayat diatas disebutkan, agar kita sebagai umat manusia jangan berlebih-lebihan. Allah tidak menyukai sikap yang berlebih dari umatnya karena berlebih-lebihan itu adalah salah satu sifat setan. Dalam kehidupan sehari-hari seseorang di syaratkan untuk senantiasa bersikap sederhana supaya tercipta kehidupan yang lebih baik.

### 2) Prinsip Moralitas

Islam sangat memperhatikan nilai-nilai moral serta spiritual manusia, oleh karenanya seorang diakarkan agar senantiasa menyebut nama Allah dan juga senantiasa bersyukur atas karunia yang telah diberikan kepadanya. Dalam surah At-Taha ayat 8 mengatakan tentang bagaimana seseorang untuk senantiasa berperilaku baik:

اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ ۖ لَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ

*Dialah Allah, tidak ada tuhan yang berhak disembah selain Dia, yang memiliki nama-nama yang terbaik.*

Dari ayat diatas, disebutkan bahwa Allah mempunyai 99 sifat yang disebut dengan Asmaul Husna. Sehingga Rasulullah memerintahkan umatnya supaya meneladani sifat-sifat Allah. Dengan demikian, meneladani sifat-sifat Allah dalam kehidupan sehari-hari dapat menjadikan pedoman untuk berperilaku yang baik sesuai dengan moral serta norma sosial yang terdapat di masyarakat.

Selain perilaku konsumen dalam Islam juga terdapat klarifikasi transaksi syariah. Menurut Mufraini (2016) terdapat prinsip dasar dari transaksi syariah ialah sebagai berikut:

- a) Semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali jika ada dalil yang melarang ataupun yang mengharamkannya.
- b) Bebas membuat kontrak berdasarkan kesepakatan bersama, tetapi tidak diperbolehkan membuat kesepakatan yang menghalalkan sesuatu yang haram.
- c) Adanya pelarangan dan penghindaran terhadap: riba, gharar serta maisyir
- d) Prinsip moral transaksi syariah menetapkan bahwa tidak ada return tanpa resiko dan juga tidak ada pendapatan tanpa pengeluaran.
- e) Etika (akhlak) saat melakukan suatu transaksi harus dijalankan dengan sepenuh hati.

## 2. Keputusan Penggunaan

Keputusan (*decision*) berarti pilihan (*choice*), ialah pilihan dari dua ataupun lebih kemungkinan. Tetapi, hampir tidak merupakan pilihan antara yang benar dan yang salah, tetapi yang justru sering terjadi ialah pilihan yang “hampir benar” dan yang “mungkin salah”. meski keputusan tersebut biasa dikatakan sama dengan pilihan, terdapat perbedaan penting diantara keduanya, keputusan adalah “pilihan nyata” karena pilihan diartikan sebagai pilihan tentang tujuan yang termasuk kedalam pilihan tentang cara untuk

mencapai tujuan tersebut, apakah pada tingkatan perorangan atau pada tingkatan kolektif. Memutuskan berarti memilih salah satu dari dua alternatif. walaupun pemasar sering merujuk tentang pemilihan antara objek (barang, merek, toko, serta tempat berbelanja), konsumen sebenarnya hendak memilih antara alternatif perilaku yang berkenaan dengan objek tersebut.

Keputusan kaitannya dengan proses ialah kondisi akhir dari suatu proses yang lebih dinamis, yang diberi label pengambilan keputusan. Keputusan dipandang sebagai suatu proses tindakan bijaksana. Menurut Salusu (2003) pengambilan keputusan merupakan proses memilih suatu alternatif cara bertindak dengan metode yang efisien sesuai dengan situasi.

### 3. Persepsi Kebermanfaatan

Manfaat dari teknologi akan terbatas jika kemampuan dalam menjalankan teknologi tersebut juga terbatas. Sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh tiap orang pastinya akan berbeda pula, tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan serta memanfaatkan teknologi yang ada tersebut. Persepsi manfaat penggunaan ialah sejauh mana seseorang yakin bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Jogiyanto, 2007). Persepsi kebermanfaatan merupakan suatu tingkatan dimana seorang percaya bahwa penggunaan sebuah teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja. Persepsi kebermanfaatan sebagai bentuk konstruk keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka (Adamson, 2003).

#### a. Pengertian Manfaat

Manfaat adalah suatu dimensi dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi yang menggunakannya. Kemampuan subjektif pengguna pada masa yang akan datang dimana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi (Davis dalam Rithmaya, 2016).

Menurut Wibowo dalam Fauziyati (2012) manfaat didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana teknologi dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi yang menggunakannya. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan suatu hasil yang dapat dirasakan dari penggunaan suatu sistem.

Indikator manfaat menurut Davis dalam Rithmaya (2016) ialah sebagai berikut:

- 1) Meningkatkan kinerja pekerjaan
- 2) Menjadikan pekerjaan jadi lebih mudah
- 3) Keseluruhan teknologi yang digunakan dirasa bermanfaat

Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi:

- 1) Kegunaan, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat serta menaikkan produktifitas.
- 2) Efektifitas meliputi dimensi: mempertinggi efektifitas, meningkatkan kinerja pekerjaan.
- 3) Menurut Wijaya dalam Almontaha (2008), persepsi pengguna terhadap manfaat teknologi bisa diukur dari beberapa faktor diantaranya:
  - a) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan produktifitas penggunanya.
  - b) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerja penggunanya
  - c) Penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan penggunanya.

b. Manfaat *Mobile banking*

Manfaat *mobile banking* bagi nasabah diantaranya:

- 1) Dapat membuat transaksi seperti membayar tagihan kapanpun dan dimanapun. *Mobile banking* dapat menghemat banyak waktu.

- 2) *Mobile banking* melalui telepon genggam/HP, sangat mudah untuk difahami sehingga nasabah hanya perlu mengikuti intruksi untuk melakukan transaksi yang diinginkan.
- 3) *Mobile banking* dapat mengurangi resiko penipuan. Nasabah pengguna *mobile banking* akan memperoleh pemberitahuan berupa SMS ketika terdapat aktivitas pada rekening. Aktivitas tersebut seperti setoran, penarikan uang, transfer antar rekening dan lainnya.
- 4) Nasabah juga dapat mentranfer uang secara langsung pada rekening bank yang sama ataupun rekening yang berbeda melalui *mobile banking* (Kurniawati, 2015).

Sedangkan manfaat *mobile banking* yang diperoleh pihak bank sebagai berikut:

- 1) *Mobile banking* melalui telepon genggam/HP menguntungkan bagi pihak bank karena *mobile banking* merupakan fasilitas tambahan yang mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi, sehingga bank dapat meningkatkan kepuasan nasabah.
  - 2) Bank dapat menjangkau nasabah mereka dengan aplikasi *mobile banking*.
  - 3) Bank juga dapat melakukan promosi dan menjual produk dan layanan mereka seperti kartu kredit, pinjaman, dan lainnya pada kelompok nasabah tertentu.
  - 4) Berbagai layanan yang ditawarkan seperti informasi kredit atau debit, informasi pembayaran rekening, informasi jumlah tabungan, histori transaksi, fasilitas pengiriman uang, dan lainnya juga dapat diakses langsung melalui telepon genggam/HP nasabah ([www.Teknologidunia.com](http://www.Teknologidunia.com)).
- c. Hubungan Manfaat dengan Penggunaan *Mobile banking*

Seperti yang sudah dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Tirtana dan Sari, (2014), yang mengatakan bahwa manfaat ini terbukti

berpengaruh positif terhadap pengguna *mobile banking*. Pernyataan teoritik oleh Davis (1989); Mathieson, (1991); serta Venkatesh dan Davis (2000) dalam Rahayu (2015) menyatakan bahwa manfaat merupakan penentu yang kuat terhadap penerimaan penggunaan suatu sistem informasi, adopsi, serta perilaku para pengguna.

#### 4. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dapat didefinisikan bahwa seseorang percaya menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam penggunaan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan difahami (Tjini dan Baridwan, 2011). Kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan aplikasi *m-banking* yang disediakan oleh pihak perbankan agar mudah untuk difahami dan mudah untuk digunakan.

Adanya kemudahan ini menjadikan nasabah tidak memerlukan usaha yang lebih untuk mempelajarinya. Selain itu kemudahan layanan yang diberikan oleh perbankan yang berupa aplikasi *m-banking* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Hal ini bisa dikatakan bahwa sistem teknologi *m-banking* bekerja untuk memudahkan penggunanya dibandingkan dengan seseorang yang tidak menggunakan sistem teknologi *m-banking* tersebut.

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

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“*karena sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya setelah kesulitan ada kemudahan*”.

Dari ayat diatas Allah SWT menerangkan bahwa setelah kesulitan yang diberikan dalam hidup pasti dibalikinya terdapat kemudahan. Dalam konteks kemudahan, sesuai keterangan dari ayat tersebut dapat difahami jika dikaitkan dengan *mobile banking* bahwa kemudahan penggunaan dapat mengurangi

usaha seseorang baik waktu ataupun tenaga dalam menggunakan sistem *mobile banking*. Nasabah tidak perlu kesulitan untuk datang ke gerai bank dan menunggu antrian. Penggunaan produk layanan *m-banking* diharapkan dapat mempermudah bagi nasabah dalam melakukan transaksi.

Menurut Widjana (dalam Andriyanto, 2014) persepsi kemudahan berarti keyakinan individu bahwa dengan menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang lebih pada saat penggunaan (*free of effort*). Selanjutnya menurut Andi (dalam Andriyanto, 2014) persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, melainkan dengan menggunakan suatu sistem justru akan mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan mempermudah pekerjaannya dibandingkan dengan orang yang tidak menggunakan sistem atau secara manual.

Persepsi kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari usaha (Jogiyanto, 2007) dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan ini juga merupakan suatu keyakinan mengenai proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa yakin bahwa dengan sistem informasi akan mempermudah pekerjaannya maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah untuk digunakan atau mempersulit dalam pekerjaannya maka dia tidak akan menggunakannya.

Dari definisi diatas, diketahui bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan suatu sikap dimana seseorang berpikir bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha yang lebih. Variabel kemudahan penggunaan teknologi *m-banking* didefinisikan sebagai suatu keyakinan dimana seseorang berpikir bahwa dengan menggunakan layanan *m-banking* tersebut dapat dengan mudah untuk difahami, dipelajari dan juga

digunakan. Dalam penelitian ini persepsi kemudahan bagi nasabah percaya bahwa bertransaksi menggunakan *m-banking* akan mengefisiensikan waktu dan akan berkelanjutan di masa mendatang.

Apabila nasabah beranggapan bahwa *m-banking* mudah dipelajari simple dan mudah dalam mengoprasikannya, berarti layanan tersebut mudah untuk digunakan dan akan sering digunakan oleh para nasabahnya. Sebaliknya, jika para nasabah beranggapan *m-banking* tidak mudah dipelajari, tidak simpel, terlalu rumit dan susah dalam mengoprasikannya, maka layanan *m-banking* tersebut tidak menimbulkan keputusan para nasabah untuk menggunakannya.

## 5. Risiko

### a. Pengertian Risiko

Risiko adalah suatu keadaan yang dipertimbangkan oleh seseorang dalam memutuskan iya atau tidaknya untuk melakukan transaksi secara online. seseorang yang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana impersonal dalam melakukan transaksi online serta infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen dalam menderita kerugian dan menerima hasil yang diinginkan. (Pavlou dalam Rithmaya. 2016).

Risiko merupakan sesuatu yang menghadirkan penilaian individu terhadap kemungkinan-kemungkinan yang berhubungan atas hasil positif maupun negatif dari suatu transaksi atau situasi (Fadhli dan Fachruddin, 2016). Dari penjelasan tersebut dapat ditarik disimpulkan bahwa risiko adalah sesuatu yang tidak diharapkan.

Indikator risiko menurut Pavlou dalam Rithmaya (2016) adalah:

- 1) Transaksi tidak berisiko
- 2) Keputusan dalam melakukan transaksi mutlak benar
- 3) Menguntungkan dalam hal biaya dan juga waktu

Hubungan risiko menurut Pavlou dalam Rithmaya (2016) adalah seperti yang sudah dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh Laksana, Giga Bawa, Astuti, Endang, Dewantara, Rizki Yudhi (2015), yang menyatakan bahwa variabel risiko terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Pernyataan teoritik dari Engel et al dalam Harlan (2014) mengatakan bahwa semakin besar risiko maka semakin besar pula kemungkinan keterlibatan antara pelaku ekonomi dalam penggunaan suatu sistem. Ketika risiko menjadi tinggi, ada motivasi apakah akan menghindari penggunaan atau meminimumkan risiko melalui pencarian dan juga evaluasi alternatif pra-penggunaan dalam proses tahap pengambilan keputusan.

## 6. Penggunaan Mobile banking

### a. Pengertian Penggunaan *Mobile banking*

Penggunaan sistem menurut Davis dalam Tirtana dan Sari (2014) adalah suatu kondisi nyata penggunaan suatu sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan juga durasi waktu penggunaan teknologi. Seseorang akan puas dalam menggunakan suatu sistem jika mereka menyakini bahwa sistem tersebut mudah untuk digunakan dan akan meningkatkan produktivitas kinerja mereka, yang tercermin dari kondisi nyata dari penggunaan.

*Mobile banking* sebagai salah satu bentuk aplikasi sistem yang juga dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas penggunanya. Oleh karena itu, penggunaan *mobile banking* adalah kondisi nyata penggunaan layanan sistem *mobile banking* oleh nasabah bank. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon selular/ handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CMDA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh

operator telepon selular seperti XL, Indosat, Telkomsel, dan operator telepon lainnya (Supriyono, 2011).

Indikator penggunaan *mobile banking* menurut Davis dalam tirtana dan Sari (2014) adalah:

- 1) Aplikasi yang mudah digunakan
- 2) Layanan yang dapat dijangkau dari mana saja
- 3) Murah
- 4) Aman
- 5) Dapat diandalkan (*reliable*)

Penting bagi nasabah untuk mendapatkan kemudahan-kemudahan dalam memperoleh suatu informasi keuangan dan juga melakukan transaksi secara online terlebih bagi mereka yang memiliki pekerjaan dengan tingkat mobilitas yang tinggi. Selain itu, keunggulan dari *mobile banking* ialah keamanan (*user id*) yang tidak setiap orang bisa mengetahuinya kecuali pemiliknya. Berdasarkan keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi *mobile banking* tersebut, pihak perbankan yakin dapat menarik minat nasabah dengan memberikan layanan yang sejenis.

Menurut Budiarmo dan Aprillovi (2009) secara umum kriteria teknologi informasi yang mendukung sistem *mobile banking* adalah sebagai berikut:

- 1) *MultiPlatform*: sistem yang dapat dijalankan pada berbagai platform hardware/software yang tersedia di pasaran
- 2) *Customize*: sistem didesain secara spesifik sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 3) *Web Based Application*: kemudahan akses dari berbagai tempat di belahan dunia
- 4) *Ease to Use*: kemudahan bagi end user dalam menggunakan suatu sistem

- 5) *Low Total Cost of Ownership*: menyediakan sistem yang membutuhkan minimal support IT staff dan mampu bekerja dengan eksisting *client communication infrastructure*
- 6) *Support the Evolution of Bussines*: mampu mengantisipasi perkembangan bisnis yang menuntut kemudahan dalam mengaplikasikan kebutuhan bisnis tersebut kedalam sistem (eksisting sistem).

b. Faktor-Faktor Penggunaan *Mobile banking*

Davis merumuskan 2 variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persespi kemudahan penggunaan Tirtana dan Sari (2014). Jadi variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan dapat menjelaskan perilaku para pengguna (*user*) untuk menggunakan suatu sistem termasuk *mobile banking*. Jadi dapat dikatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan *mobile banking* adalah manfaat dan kemudahan penggunaan dan juga faktor lain yang belum diketahui.

Bank menyediakan layanan *mobile banking* untuk memenuhi tuntutan dan juga kebutuhan nasabah sebagai alternatif media untuk melakukan transaksi perbankan tanpa datang langsung ke ATM, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. Nasabah dapat bebas melakukan transaksi apasaja selama ada pada menu transaksi pada aplikasi *mobile banking*. Transaksi yang dapat dilakukan tampil dalam bentuk menu transaksi atau daftar transaksi pada aplikasi *mobile banking*, diluar menu tersebut tidak dapat dilakukan.

Sikap dari seorang nasabah terhadap penggunaan suatu sistem informasi baru akan terlihat berpengaruh atau tidaknya terhadap keberhasilan suatu sistem tersebut. Apabila nasabah tidak mau menggunakan suatu sistem baru, maka sistem tersebut tidak akan memberikan manfaat bagi pihak dan juga nasabah bank begitupun

sebaliknya, apabila nasabah mau menggunakan suatu sistem baru maka nasabah akan bersedia untuk melakukan berbagai perubahan dalam praktik dan juga menggunakan waktu serta usahanya dalam menggunakan suatu sistem informasi tersebut.

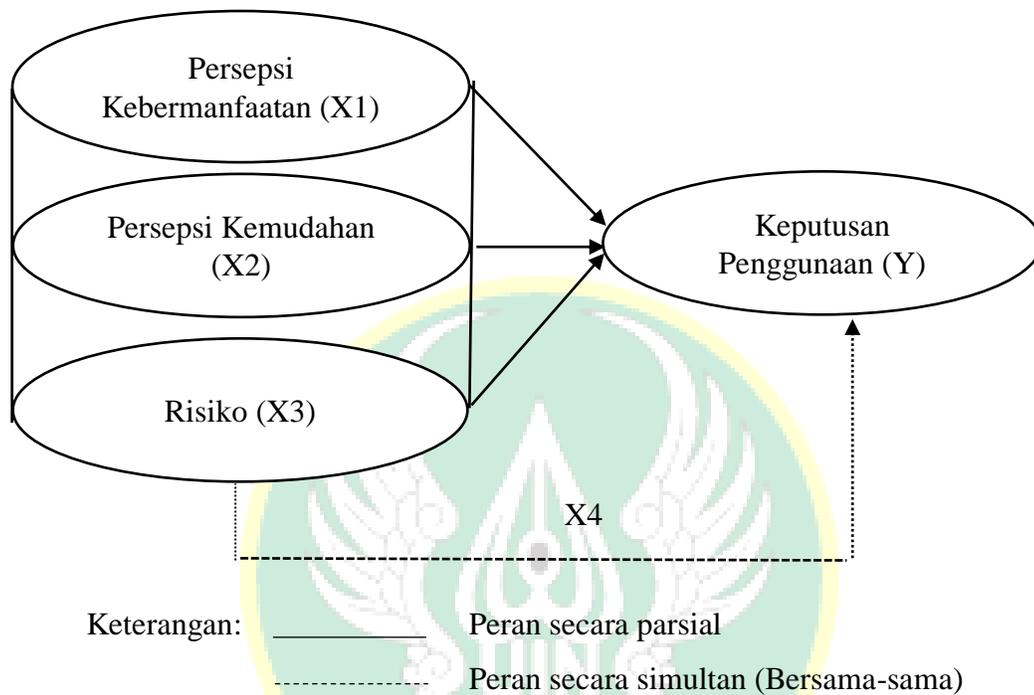
c. Transaksi *Mobile banking*

Beberapa jenis transaksi yang saat ini dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile banking* antara lain:

- 1) Tranfer dana atau pemindahan dana
  - a) Dua rekening ke bank yang sama
  - b) Rekening di bank yang berbeda, misal rekening di bank A ke rekening di bank B
  - c) Dan lain-lain
- 2) Informasi
  - a) Saldo
  - b) Transaksi
  - c) Dan lain-lain
- 3) Pembayaran
  - a) Listrik
  - b) Handphone berbagai operator
  - c) Iuran TV kabel
  - d) PBB
  - e) Kartu kredit
  - f) Dan lain-lain
- 4) Pembelian
  - a) Pulsa telepon berbagai operator
  - b) Pulsa PLN Prabayar (kemungkinan dapat dilaksanakan)
  - c) Pulsa E-TOL (kemungkinan dapat dilaksanakan)
  - d) Dan lain lain (Supriyanto, 2011).

### C. Kerangka Berpikir

**Gambar 2.2**  
**Kerangka berpikir**



### D. Rumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono. 2016). Hipotesis yang diajukan atas jawaban sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *M-Banking*

Menurut Davis (1989) mengatakan bahwa persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan suatu manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Alifa Mutia (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan internet banking (studi kasus pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kaliurang Yogyakarta). Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Mochamad Nurhadi dan Adria Yudi Kurniaputra (2018) menyatakan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Mobil Banking BRI.

Berangkat dari hal diatas, dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis yaitu:

H1: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *m-banking*.

## **2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *M-Banking***

Persepsi kemudahan (Perceive ease of use) terhadap kemudahan dalam menggunakan diyakini menjadi dasar dalam menentukan penerimaan dan juga penggunaan bermacam teknologi informasi. Perceive ease of use diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tidak diperlukan usaha yang lebih. Persepsi kemudahan teknologi berhubungan dengan sikap dari pengguna teknologi. Sikap penggunaan sesuatu adalah sikap suka atau tidaknya dalam menggunakan suatu teknologi. Penggunaan suatu sistem layanan m-banking mampu memberikan kemudahan bagi penggunanya.

Risma Afifah (2017) mengatakan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan mobile banking Bank Syariah Mandiri. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Arfina (2018) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Mobile banking pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Sidampulan.

Berangkat dari hal diatas, dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis yaitu:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *m-banking*.

### **3. Pengaruh Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *M-Banking***

Risiko yang dipersepsikan (*perceived risk*) didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi para konsumen ketika mereka tidak mampu melihat kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi akibat dari keputusan pembelian yang dilakukan. Menurut Muamar Azizi (2016) pengaruh risiko yang semakin kecil berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan dalam menggunakan e-banking pada nasabah PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Nisa Ayu Purwati (2018) mengatakan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Semakin besar risiko pada penggunaan *mobile banking*, maka semakin menurun pula minat nasabah menggunakannya.

Berangkat dari hal diatas, dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis yaitu:

H3: resiko berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *m-banking*.

### **4. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *M-Banking***

Dari hasil penelitian yang dilakukan Dian Lusita Novitasari (2017) pengaruh manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *Mobile banking* Bank syariah (studi pada mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam).

Berangkat dari hal diatas, dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis yaitu:

H4: Persepsi kebermanfaatan, Persepsi kemudahan dan risiko bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *m-banking*.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Oleh karena itu, dalam penelitian ini pengumpulan data dari nasabah dilakukan secara langsung di lapangan dengan cara membagikan kuisisioner. (Sugiyono, 2010) mengemukakan metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu sementara pendekatan penelitiannya menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian dengan menggunakan alur berfikir deduktif.

Penelitian ini bersifat kuantitatif yang berupa angka-angka atau besaran tertentu yang sifatnya pasti, sehingga data tersebut memungkinkan untuk dianalisis menggunakan pendekatan statistik.

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

Lokasi penelitian yaitu bertempat di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 60, Kel. Sindangsari, Kec. Majenang, Kab. Cilacap 53257. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini akan dilakukan mulai dari bulan September 2020 sampai selesai.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Bank Syariah Mandiri KCP Majenang, jumlah data nasabah yang menggunakan *mobile banking* pada bulan Juli - Desember 2020 berjumlah 489 orang.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini yang diambil adalah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Majenang dengan kriteria nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri di Majenang. Teknik yang peneliti gunakan dalam pengambilan sample adalah *purposive sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu yang berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang diambil adalah nasabah *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Majenang yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = jumlah seluruh anggota populasi

$e$  = persentasi ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel

jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{489}{1 + 489 \cdot 10\%^2} = \frac{489}{1 + 489(0,01)} = \frac{489}{1 + 4,89} = \frac{489}{5,89}$$

= 83,02 dibulatkan 83

Berdasarkan perhitungan rumus diatas, maka jumlah sampel penelitian sebanyak 83 nasabah.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah

1. Variabel independen (Variabel bebas), yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah pengaruh kebermanfaatan (X1), pengaruh Kemudahan (X2), dan resiko (X3).
2. Variabel dependen (variabel terikat), sedangkan yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *m-banking* bank syariah (Y)

**Table 3.1**  
**Variabel Indikator Penelitian**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Persepsi Kebermanfaatan	Menurut Davis (1989) mengatakan bahwa persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan kinerja individu</li> <li>2. Menambah tingkat produktifitas individu</li> <li>3. Meningkatkan efektifitas kinerja individu</li> <li>4. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu</li> </ol>

2.	Persepsi Kemudahan	Davis <i>et al</i> (1989) mendefinisikan persepsi atas kemudahan penggunaan ( <i>perceived ease of use</i> ) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mudah dipelajari</li> <li>2. Fleksibel</li> <li>3. Dapat mengontrol pekerjaan</li> <li>4. Mudah digunakan</li> </ol>
3.	Risiko	Menurut Pavlou (2001), Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemungkinan terdapat resiko pencurian</li> <li>2. Kemungkinan terdapat resiko penipuan</li> <li>3. Membutuhkan biaya yang besar</li> </ol>
4.	Keputusan nasabah menggunakan m-banking	Pengambilan Keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frekuensi penggunaan</li> <li>2. Diversi transaksi</li> <li>3. Menggunakan di masa depan</li> </ol>

## E. Pengumpulan Data

### 1. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur, dan dapat dilakukan melalui tatap muka (*face to face*) maupun dengan menggunakan telepon (Sugiyono, 2017).

#### b. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2017).

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data melalui kuisisioner/angket. Dimana kuisisioner ini berisi pertanyaan yang akan diajukan kepada responden dan hasilnya akan menunjukkan pengaruh dari empat variabel tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. *skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena social. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk Menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan *skala likert* mempunyai gradasi dari sangat

positif sampai sangat negative. Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor (Sugiyono,2015).

**Tabel 4.1**  
**Skor Jawaban Angket**

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

c. Dokumentasi

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber buku-buku, dan Koran, majalah, website dan lain-lain.

d. Observasi

Metode dan teknik pengamatan (observasi), sumber informasinya berupa penampakan keadaan, suasana atau perilaku penampakan-penampakan tersebut diamati oleh pengumpul data dan merekamnya. Alat perekamnya dapat berupa lembaran- lembaran isian atau ceklis (pedoman observasi) yang di dalamnya terdapat berbagai kemungkinan penampakan keadaan, suasana dan perilaku.

2. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2013). Analisis ini dipakai untuk mengukur seberapa

cermat suatu test melakukan fungsi ukurannya atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang diukur (Bawono, 2006).

Adapun kriteria penilaian uji validitas menurut Bawono (2006) dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05, jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka kuisisioner sebagai alat pengukur dikatakan valid atau ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut.

#### b. Uji Reabilitas

Reabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Analisis ini dipakai untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relative konsisten atau tidak berbeda jika diukur ulang pada subjek yang sama, sehingga dapat diketahui konsistensi atau keterandalan alat ukur (kuisisioner) (Bawono, 2006).

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,06. Sehingga data tersebut bisa dikatakan *reliable* untuk pengukuran dan meneliti selanjutnya (Bawono, 2006).

### 3. Analisis Data

#### a. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Yang digunakan untuk bersama-sama menghitung kebermanfaatan, kemudahan serta resiko. Model persamaan linier berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*

a : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi variabel  $X_1$

- $b_2$  : Koefisien regresi variabel  $X_2$
- $b_3$  : Koefisien regresi variabel  $X_3$
- $X_1$  : Variabel Independen Kebermanfaatan
- $X_2$  : Variabel Independen Kemudahan
- $X_3$  : Variabel Independen Resiko
- $e$  : Residual Error dari masing-masing variabel

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid atau jumlah sampel kecil. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Amanullah, 2014). Dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2013):

- a) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal ataupun grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antar variabel bebas. Masalah multikolinieritas biasanya muncul pada data *time series*, dan masalah ini serius dapat mengakibatkan berubahnya tanda parameter estimasi (Bawono, 2006). Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah terdapat korelasi antara antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi. Suatu model regresi yang baik seharusnya

tidak terjadi korelasi antar variabel independennya (Amanullah, 2014). Keputusan untuk menentukan terjadinya multikolinieritas antar variabel independent dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai *tolerance*  $\geq 0,10$  atau nilai *VIF*  $\leq 10$ , maka dinyatakan tidak terjadi hubungan linear atau multikolinieritas diantara variabel independennya.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain dalam suatu model regresi (Amanullah, 2014). Ketika *variance* dari residual suatu pengamatan lain tetap, ini disebut homokedastisitas, model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heretoskedastisitas, Ketika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, inilah yang disebut dengan heteroskedastisitas yang dapat dideteksi dengan beberapa cara ada atau tidaknya heteroskedastisitas (Amanullah, 2014):

- a) Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### c. Uji kecocokan model

#### 1) Uji $t_{test}$ (uji secara individu)

Uji ini digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t statistic untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan tertentu (Bawono, 2006). Teknik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independent yaitu kebermanfaatan, kemudahan dan resiko terhadap

keputusan penggunaan *mobile banking* syariah. Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap nilai t table, jika t hitung  $>$  t table maka dapat disimpulkan bahwa variabel x mempunyai pengaruh terhadap variabel y, atau dengan melihat nilai signifikasi pada table uji t, jika nilai signifikasi  $<$  .05 maka dapat ditarik kesimpulan variabel Xn berpengaruh signifikan terhadap variabel y, begitu pula sebaliknya.

## 2) Uji $F_{test}$

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel indeenden secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (Bawono, 2006). Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Untuk mengetahui makna f-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikasi (sig.f) dengan tingkat signifikasi ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila sig.f  $<$  0,05 atau apabila f hitung  $>$  f tabel, maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independent secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 3) Uji $R^2$ (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai  $R^2$  yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel dalam model tersebut dapat mewakili permasalahan yang diteliti, karena dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependennya (Amanullah, 2014). Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen cukup terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua

informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependennya.



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Mandiri (BSM)**

Kehadiran Bank Syari'ah Mandiri (BSM) sejak tahun 1999, merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter tahun 1997 – 1998. Sebagaimana diketahui, dalam krisis ekonomi dan juga moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi – dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang hebat terhadap seluruh kehidupan masyarakat, dan tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank–bank konvensional yang mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan tegas dengan merestrukturisasi serta merakapitalisasi sebagian bank – bank di Indonesia.

Salah satu bank konvensional seperti PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan juga PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak dari krisis tersebut. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger terhadap beberapa bank lain dan juga mengundang investor asing. Pada saat yang bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi, Bank Bumi Daya, dan Bank Exim dan Bapindo) menjadi satu bank baru yang diberi nama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan dari penggabungan tersebut mendapatkan dan juga menempatkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri juga melakukan konsolidasi serta membentuk tim Pengembangan Perbankan Syari'ah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan pelayanan perbankan pada kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai bentuk respon

atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberikan peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa dengan pembekalan UU tersebut merupakan bentuk momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Oleh karena itu Tim Pengembangan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari yang tadinya bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999. Perubahan kegiatan usaha BSB yang menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1KEP.DGS/1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT Bank Syariah Mandiri. Menyusul pengukuhan dan juga pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi dan mulai beroperasi sejak senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999.

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

## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

### a. VISI: 'Bank Syariah Terdepan dan Modern'

#### 1) Visi untuk nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menentramkan, dan juga memakmurkan.

#### 2) Untuk pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus juga untuk berkarir secara profesional.

#### 1. Untuk investor

Institusi keuangan syariah indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value yang berkesinambungan.

### b. MISI:

1) Mewujudkan pertumbuhan dan juga keuntungan di atas rata – rata industri yang berkesinambungan.

2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan yang berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan menyalurkan berupa pembiayaan pada segmen ritel.

4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai – nilai syariah universal.

5) Mengembangkan manajemen yang bertalenta dan juga menumbuhkan lingkungan kerja yang sehat.

6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan juga lingkungan.

### c. Tujuan Bank Syariah Mandiri

1) Selalu meningkatkan kekuatan dari sisi CASA

2) Selalu mengupayakan pembiayaan yang sehat

3) Selalu berusaha untuk selalu konsisten meningkatkan profit.

### 3. Prinsip-Prinsip Bank Syariah Mandiri

#### a. Keadilan

Bank Syariah Mandiri memberikan bagi hasil dan transfer prestasi dari mitra usaha dalam porsi yang adil sesuai dengan fitrah alami.

#### b. Kemitraan

Posisi nasabah investor, pengguna dana dan bank berada dalam hubungan yang sejajar sebagai mitra usaha yang saling menguntungkan dan juga bertanggung jawab. Syariah Mandiri benar-benar berfungsi sebagai intermediary institution lewat skema pembiayaan yang dimilikinya.

#### c. Keterbukaan

Melalui laporan keuangan bank yang terbuka secara berkesinambungan, nasabah dapat mengetahui tingkat keamanan dana dan kualitas manajemen bank.

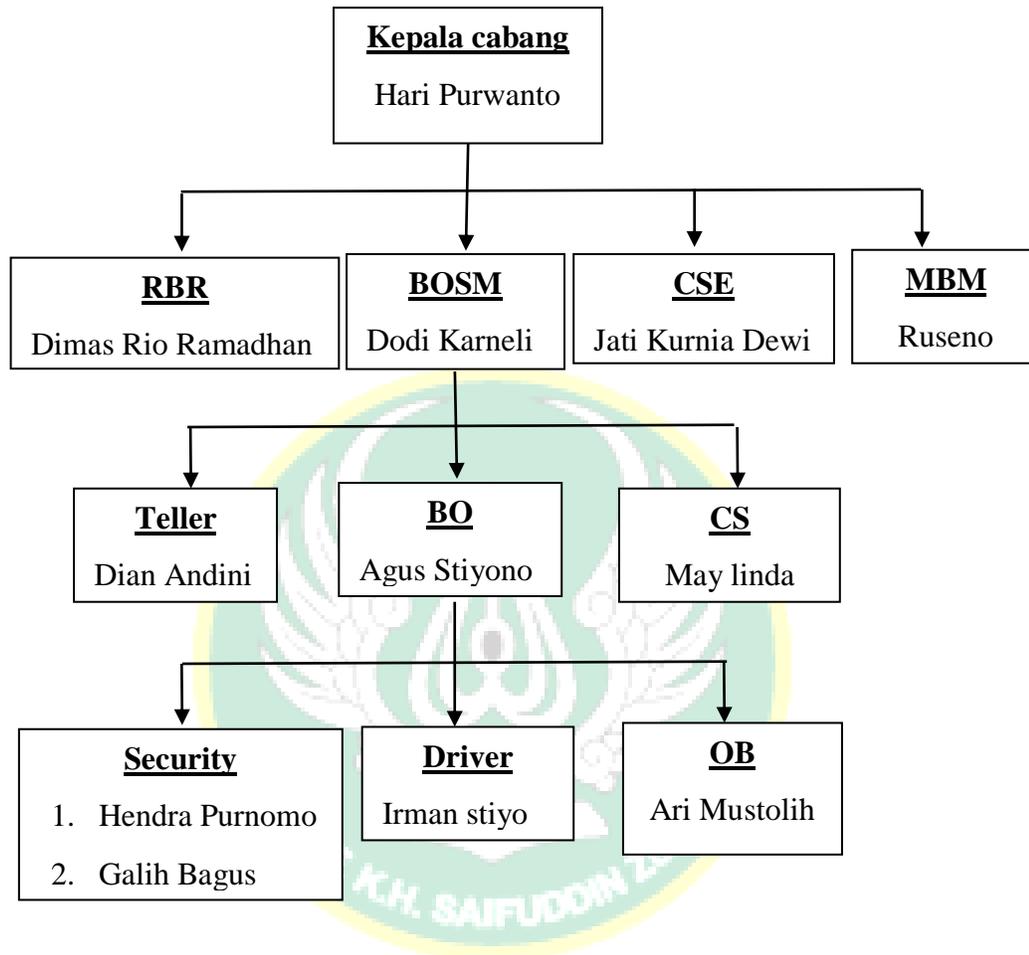
#### d. Universalitas

Bank Syariah Mandiri dalam mendukung operasionalnya tidak membedakan suku, agama, dan ras, serta golongan dalam masyarakat dengan prinsip Islam sebagai rahmatan lil 'alamin.

### 3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KCP Majenang

Bagan struktur organisasi pada Bank Syariah Mandiri KCP Majenang ialah sebagai berikut:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi di Bank Syariah Mandiri KCP Majenang**



a. Deskripsi Tugas dan Uraian Jabatan

Berikut ini adalah penjelasan mengenai tugas-tugas setiap bagian pada Bank Syariah Mandiri ialah sebagai berikut:

1) Branch Manager (Kepala Kantor Cabang)

- a) Mengelola secara optimal sumber daya insani Cabang agar dapat mendukung kelancaran dalam operasional bank.

- b) Menetapkan dan melaksanakan strategi pemasaran produk bank guna mencapai tingkat volume/sasaran yang telah ditetapkan baik pembiayaan, dana, ataupun jasa.
  - c) memastikan realisasi target operasional cabang serta menetapkan upaya – upaya dalam pencapaiannya.
  - d) Melakukan penghimpunan dana, pemasran pembiayaan dan juga pemasaran jasa – jasa untuk mencapai target yang telah ditetapkan.
  - e) Melakukan review terhadap ketajaman dan juga kedalaman analisis pembiayaan guna antisipasi risiko.
- 2) Branch Operasional and Servise Manager (BOSM)
- a) Mengelola secara optimal sumber daya manusia pada bidang operasional agar dapat mendukung kelancaran operasional dan bisnis di kantor Cabang.
  - b) Membuat rencana serta sasaran kerja tahunan Cabang di bidang operasional.
  - c) Melakukan pengecekan untuk pemenuhan persyaratan/syarat pembiayaan berdasarkan Surat Penegasan Persetujuan Pembiayaan (SP3) dan akad pembiayaan.
  - d) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Sub Branch Manager
- 3) Retail Banking Representative (RBR)
- a) Memastikan tersedianya data calon nasabah pada segmen mass dan mass affluent.
  - b) Memaksimalkan aliansi dengan calon nasabah potensial segmen mass dan mass affluent.
  - c) Memastikan pencapaian target pada pembiayaan–pembiayaan dan fee based nasabah segmen mass dan mass affluent.
  - d) Memastikan terlaksananya program marketing dan pengelolaan nasabah yang ditetapkan oleh kantor pusat.

- e) Memastikan tersedianya NAP atau hasil scoring nasabah pada segmen mass dan mass affluent untuk diajukan ke komite pembiayaan.
  - f) Memastikan tingkat kesehatan pembiayaan nasabah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  - g) Memastikan tingkat tercapainya kepuasan nasabah terhadap layanan BSM sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.
  - h) Memaksimalkan kegiatan cross selling yang telah ditetapkan.
- 4) Mikro Banking Manager (MBM)
- a) Bertanggung jawab terhadap pencapaian target pembiayaan pada outlet warung mikro.
  - b) Sebagai supervisi terhadap pegawai di outlet warung mikro.
  - c) Sebagai pemutus pembiayaan dengan besar s.d Rp 200 juta.
  - d) Melakukan monitoring terhadap pembiayaan existing.
  - e) Melakukan pembinaan dan jugapengembangan kepada pegawai di outlet warung mikro.
  - f) Ikut membantu melakukan penyelesaian pembiayaan bermasalah di outlet warung mikro.
- 5) Consumer Sales Executive (CSE)
- a) Memastikan kelengkapan dokumen nasabah sebagai bahan pembuatan Nota Analisis Pembiayaan (NAP).
  - b) Memastikan tersedianya Nota Analisis Pembiayaan (NAP)
  - c) Memastikan kelengkapan persyaratan penandatanganan akad dan pencairan pembiayaan nasabah.
  - d) Memastikan dokumentasi current file sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
  - e) Memastikan tersedianya surat peringatan kewajiban nasabah.
  - f) Memastikan tersediannya SP3 atau surat penolakan atas permohonan pembiayaan nasabah yang kurang ditolak.

- g) Memastikan tersedianya portofolio dan profitably nasabah, baik pembiayaan maupun pendanaan sesuai dengan terget cabang.
- 6) Customer Service (CS)
- a) Memberikan penjelasan nasabah/calon nasabah atau investor mengenai produk–produk Bank Syari’ah Mandiri berikut syarat – syaratnya maupun tata cara prosedurnya.
  - b) Melayani pembukaan rekening giro dan tabungan sesuai dengan permohonan investor.
  - c) Melaksanakan tugas – tugas lainnya yang diajukan oleh atasan.
- 7) Teller
- a) Mengambil/menyimpan uang tunai dari/kedalam berangkas kas/teller.
  - b) Melaksanakan pengawasan berangkas.
  - c) Pada awal/akhir hari mengambil/menyimpan box teller dari/kedalam berangkas.
  - d) Menghitung persediaan uang yang ada di berangkas teller.
  - e) Pada awal/akhir hari membuka/menutup berangkas teller.
  - f) Melayani penyeteroran tunai atau non tunai dengan benar dan cepat.
  - g) Membuka (posting) mutasi kas secara benar melalui terminalnya.
- 8) Security
- a) Melakukan penjagaan bank serta bertanggung jawab pada keamanan bank.
  - b) Melakukan pelayanan kepada nasabah yang datang.
- 9) Office Boy
- a) Menjaga pengarsipan, menjaga kebersihan, inventaris dokumen bank.
- 10) Driver
- a) Mengemudikan serta merawat mobil operasional bank.
  - b) Melakukan pelayanan terhadap karyawan.

## B. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dengan melakukan penyebaran kuisioner penelitian secara online kepada 83 responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Majenang pada tanggal 16 juli – 20 oktober 2021 maka dapat diambil karakteristik responden seperti: jenis kelamin, usia, pekerjaan, serta lamanya menjadi nasabah. Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

### 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	40	48,2 %
2	Laki-laki	43	51,8%
Jumlah		83	100 %

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang dengan persentase 48,2% dan jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 43 orang dengan persentase 51,8%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki pada penelitian ini lebih banyak dibandingkan jumlah responden perempuan.

### 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Data Frekuensi Responden Berdasarkan Usia**

No	Jenis Usia	Jumlah	Persentase
1	17-25 tahun	29	34,8%
2	26-30 tahun	25	30,4%
3	31-35 tahun	20	24%
4	36-40tahun	7	8,4%

5	>40 tahun	2	2,4%
Jumlah		83	100%

berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu pada usia 17-25 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 34,8%, 26-30 tahun sebanyak 25 dengan tingkat persentase 30,4%, usia 31-35 tahun sebanyak 20 orang dengan tingkat persentase 24 %, usia 36-40 tahun sebanyak 7 orang dengan tingkat persentase 8,4 % dan untuk usia diatas 40 tahun terdapat 2 orang responden dengan tingkat persentase 2,4 %. Dengan ini dapat disimpulkan responden terbanyak ada pada usia 17-25 tahun dengan jumlah 29 responden.

### 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS/TNI	7	8,4%
2	Pegawai Swasta	43	51,8%
3	Wiraswasta	8	9,6%
4	Buruh Tani	10	12%
5	Pelajar/Mahasiswa	12	14,6%
6	Ibu Rumah Tangga	3	3,6%
Total		83	100%

Berdasarkan tabel data diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik dari responden berdasarkan jenis pekerjaannya yaitu, PNS/TNI sebanyak 7 orang dengan persentase 8,4%, Pegawai Swasta sebanyak 43 orang dengan persentase 51,8%, wiraswasta sebanyak 8 orang dengan persentase 9,6%, buruh/tani sebanyak 10 orang dengan persentase 12%, pelajar/mahasiswa sebanyak 12 orang dengan persentase 14,6%, ibu rumah tangga sebanyak 3

orang dengan persentase 3,6%. dengan ini dapat disimpulkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah pada pegawai swasta.

4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah

**Tabel 4.4**  
**Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan**  
**Lamanya Menjadi Nasabah**

No	Lamanya menjadi nasabah	Jumlah	Persentase
1	<6 bulan	7	8,4%
2	6 bulan – 1 tahun	23	27,7%
3	1-2 tahun	24	28,9%
4	>2 tahun	29	34,9%
Jumlah Total		83	100%

Berdasarkan tabel data di atas, dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan lamanya menjadi nasabah yaitu, <6 bulan sebanyak 7 orang dengan persentase 8,4%, 6 bulan-1 tahun sebanyak 23% dengan persentase 27,7%, 1-2 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 28,9%, dan >2 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 34,9%. Hal ini dapat diambil kesimpulan bahwa jumlah responden untuk menggunakan *mobile banking* terbanyak adalah mereka yang sudah menjadi nasabah lebih dari dua tahun.

### C. Distribusi Tanggapan Responden

Berikut ini adalah hasil dari tanggapan responden berdasarkan kuisisioner yang telah disebar

#### 1. Variabel Independen

**Tabel 4.5**  
**Variabel Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan**  
**Menggunakan *Mobile banking***

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Penggunaan <i>mobile banking</i> membuat kinerja pekerjaan saya meningkat	0	0	0	61	22	83
2	Dalam menggunakan <i>mobile banking</i> ini pekerjaan saya menjadi lebih mudah	0	0	1	51	31	83
3	Penggunaan <i>mobile banking</i> membantu kinerja saya	0	0	1	55	27	83
4	<i>Mobile banking</i> bermanfaat untuk berbagai aktivitas saya saat ini	0	0	1	44	38	83
5	Fitur yang terdapat dalam <i>mobile banking</i> sangat membantu dalam melancarkan pekerjaan saya	0	0	0	44	39	83

**Tabel 4.6**  
**Variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan**  
**Menggunakan *Mobile banking***

No	Pernyataan	Alternatif jawaban					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Fitur dan penggunaan <i>mobile banking</i> mudah untuk di pelajari	0	0	0	56	27	83
2	Perintah yang terdapat di <i>mobile banking</i> sangat jelas dan tidak membingungkan	0	0	1	54	28	83
3	Penggunaan <i>mobile banking</i> tidak terbatas oleh waktu, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja	0	0	0	54	29	83
4	Dengan adanya <i>mobile banking</i> saya lebih mudah mengontrol pekerjaan saya	0	0	0	62	21	83
5	<i>Mobile banking</i> mudah untuk dioperasikan	0	0	1	63	19	83

**Tabel 4.7**  
**Variabel Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile banking***

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Aplikasi <i>mobile banking</i> yang ada pada di bank syariah aman	0	0	1	58	24	83
2	<i>Mobile banking</i> dilengkapi sistem keamanan yang cukup baik untuk melindungi data pribadi nasabah	0	0	0	56	27	83

3	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memiliki resiko yang tinggi	0	0	4	57	22	83
4	Dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam melakukan beberapa transaksi <i>mobile banking</i>	0	0	1	66	16	83
5	Gangguan jaringan <i>mobile banking</i> sangat rendah	0	0	8	65	10	83

**Tabel 4.8**  
**Variabel Keputusan Penggunaan *Mobile banking***

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total
		STS	TS	KS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> karena memberikan keamanan bagi penggunanya	0	0	2	66	15	83
2	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> karena tidak adanya biaya registrasi	0	0	1	68	14	83
3	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> untuk melakukan transfer dana ke rekening lain	0	0	5	60	18	83
4	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> untuk mengakses informasi (misal: saldo tabungan, informasi transaksi terakhir rekening, suku bunga deposito, suku bunga tabungan)	0	0	3	65	15	83
5	Saya memutuskan untuk menggunakan layanan <i>mobile</i>	0	0	14	56	13	83

<i>banking</i> di masa yang akan datang						
-----------------------------------------	--	--	--	--	--	--

#### D. Analisis Hasil Penelitian

##### 1. Uji Keabsahan Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak validnya suatu kuisioner. Suatu pernyataan dinyatakan valid jika nilai dari setiap pernyataan atau  $r$  hitung tersebut positif lebih besar dari  $r$  tabel. Tabel jumlah responden dikurangi 2, jadi  $83-2 = 81$  dan didapat nilai 0,182 sebagai  $r$  tabel.

Dibawah ini merupakan olahan SPSS versi 25 uji validitas instrument dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No item	Nilai $r$ hitung	Nilai $r$ tabel	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan (X1)	1	0,553	0,182	Valid
	2	0,620	0,182	Valid
	3	0,596	0,182	Valid
	4	0,747	0,182	Valid
	5	0,659	0,182	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	1	0,684	0,182	Valid
	2	0,751	0,182	Valid
	3	0,764	0,182	Valid
	4	0,684	0,182	Valid
	5	0,715	0,182	Valid
Risiko (X3)	1	0,541	0,182	Valid

	2	0,688	0,182	Valid
	3	0,786	0,182	Valid
	4	0,746	0,182	Valid
	5	0,703	0,182	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	1	0,719	0,182	Valid
	2	0,821	0,182	Valid
	3	0,787	0,182	Valid
	4	0,830	0,182	Valid
	5	0,824	0,182	Valid

Berdasarkan pada data tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil perhitungan uji validitas masing-masing item pernyataan mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel ( $r \text{ hitung} > 0,182$ ). Dari hasil tersebut bahwa data pada variabel persepsi kebermanfaatan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan risiko (X3), serta keputusan menggunakan *mobile banking* (Y) dinyatakan valid, maka kuisisioner yang dipakai dalam penelitian ini dapat diikutsertakan pada analisis selanjutnya.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas ialah sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Instrument dikatakan reliabel jika memberikan hasil relative sama saat dilakukan pengukuran kembali pada objek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau dapat dikatakan memberikan hasil yang tetap. Suatu variabel atau kontruksi dikatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha diatas 0,60. Hasil uji reabilitas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reabilitas**

Variabel	Nilai hitung Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,884	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,879	Reliabel
Risiko	0,880	Reliabel
Keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>	0,878	Reliabel

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuisisioner ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's alpha lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pernyataan yang digunakan akan mampu memperoleh data yang konsisten dan apabila pernyataan diajukan kembali maka akan diperoleh jawaban yang relative sama dengan jawaban sebelumnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

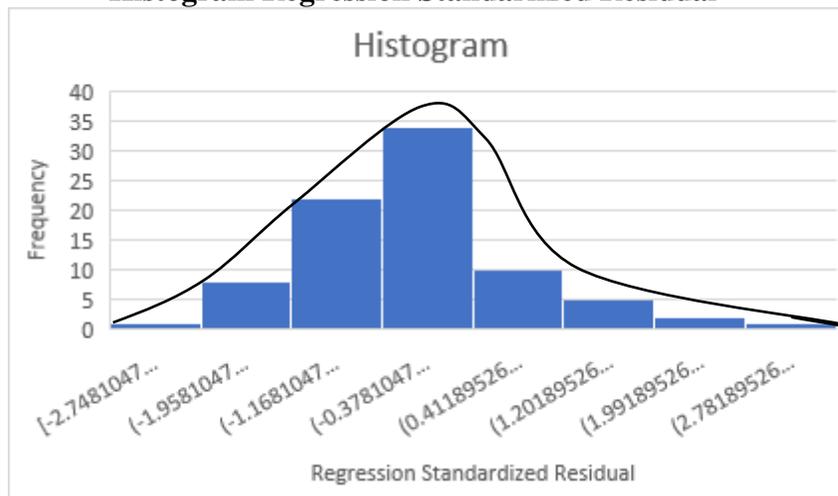
Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sebuah model regresi, variabel devenden dan indevenden atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan analisis grafik dan uji *statistic non parametris Kolmogrof-Smirnov* dengan menggunakan hipotesis:

- 1)  $H_0$ : Data residual berdistribusi normal
- 2)  $H_a$ : data residual tidak berdistribusi normal

Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai Asmp.Sig.(2-tailed). Jika tingkat signifikasinya  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima, sehingga dikatakan residual berdistribusi normal. Berikut ini

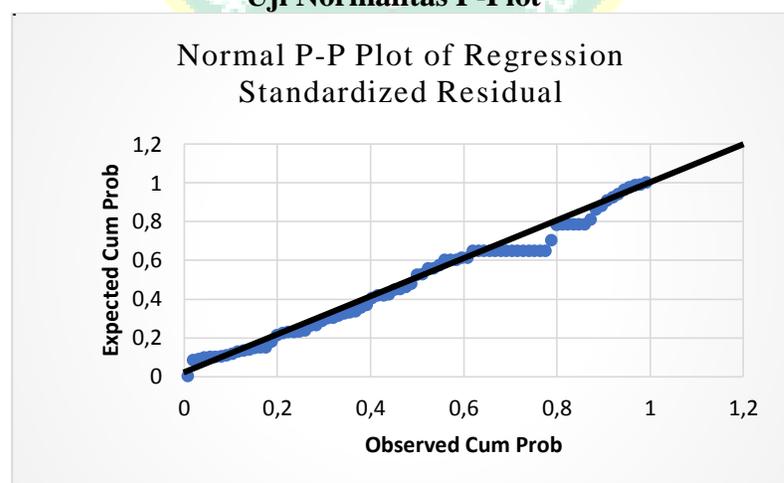
adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan pengolahan SPSS 25 for windows:

**Gambar 4.1**  
**Histogram Regression Standarized Residual**



Berdasarkan gambar diatas, *histogram Regression Standarized Residual* membentuk kurva lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal atau data berdistribusi normal.

**Gambar 4.2**  
**Uji Normalitas P-Plot**



Berdasarkan gambar diatas, menunjukkan bahwa penyebaran data (titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah pada diagonal, hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal atau model regresi memenuhi uji asumsi normalitas.

Data residual digunakan sebagai nilai dalam pengujian Kolmogorov-smirnov. Kriterion dalam uji Kolmogorov-smirnov untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikansi atas Monte Carlo (2-tiled). Apabila nilai Monte Carlo (2-tiled) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ( $\text{sig} > 0,05$ ) dan sebaliknya jika nilai Monte Carlo (2-tiled) yang dihasilkan kurang dari 0,05 maka dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ( $\text{sig} < 0,05$ ).

Adapun hasil perhitungan normalitas secara statistic yang dilihat berdasarkan uji Kolmogrov- Smirnov adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			76
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		0.000000
	Std. Deviation		1.54390526
Most Extreme Differences	Absolute		0.153
	Positive		0.153
	Negative		-0.054
Test Statistic			0.153
Asymp. Sig. (2-tailed)			0.000 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0.051 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.045
		Upper Bound	0.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Pada tabel diperoleh hasil output uji Kolmogrov-smirnov dengan nilai sig 0.051 yang berarti bahwa nilai tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan sebuah bentuk pengujian untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi variabel independent antara satu dengan yang lain. Yang dapat dikatakan baik, Ketika tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Metode yang digunakan adalah jika  $VIF < 10$  maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas antar variabel yang sebaliknya jika nilai VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolinieritas. Jika nilai tolerance  $> 0,1$  maka tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya jika tolerance  $< 0,1$  maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,644	1,450	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X2	0,623	1,685	Tidak Terjadi Multikolinieritas
X3	0,620	1,492	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Berdasarkan tabel uji multikolinieritas diatas, semua variabel bebas menunjukkan bahwa nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antara variabel independent dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat dalam model regresi apakah terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah

homokedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan pengujian dengan menggunakan metode Glejser. Prosedur penyajiannya adalah dengan cara meregresi nilai absolute residual sebagai variabel dependen atau undstandarized residual sebagai variabel dependen, sedangkan vaiabel independennya adalah X1, X2 dan X3, sedangkan pengambilan keputusannya adalah jika nilai signifikasi lebih dari nilai alfa 0,05 maka data tidak mengandung heteroskedastisitas, dan jika nilai signifikasi kurang dari 0,05 maka terdapat gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

**Gambar 4.13**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Metode Glejser**

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.339	1.508		-2.876	0.005
	Persepsi Kebermanfaatan	0.092	0.071	0.162	1.291	0.200
	Persepsi Kemudahan	0.088	0.072	0.165	1.224	0.225
	Risiko	0.073	0.069	0.134	1.055	0.295

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikansi persepsi kebermanfaatan (X1) sebesar 0,200 yang berarti data homogen karna lebih dari 0,005. Nilai signifikansi untuk variabel persepsi kemudahan (X2) sebesar 0,225 yang berarti data homogenkarna nilai signifikansi lebih dari 0,05. Kemudian untuk variabel risiko (X3) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,295 yang berarti data homogen karna lebih dari 0,05. Jadi dapat

disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

### 3. Uji Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini bertujuan untuk menguji pengaruh satu variabel independent terhadap variabel dependen, pada analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Persamaan regresinya yaitu

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.030	2.585		1.172	0.245
	Persepsi Kebermanfaatan	-0.036	0.122	-0.030	-0.294	0.769
	Persepsi Kemudahan	0.354	0.123	0.317	2.881	0.005
	Risiko	0.512	0.119	0.445	4.300	0.000

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

Berdasarkan analisis regresi tersebut, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 3,030 + -0,036X_1 + 0,354X_2 + 0,512X_3 + e$$

Dimana:

Y = Variabel Keputusan Menggunakan *Mobile banking*

X1 = Variabel Persepsi Kebermanfaatan

X2 = Variabel Persepsi Kemudahan

- X3 = Variabel Risiko  
 a = Konstanta  
 b1 = koefisien regresi variabel X1  
 b2 = koefisien regresi variabel X2  
 b3 = koefisien regresi variabel X3  
 e = tingkat eror

persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

Nilai konstanta adalah 3,030, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko (nilai X1, X2, dan X3 adalah 0) maka minat nasabah menggunakan aplikasi *mobile banking* ada sebesar 3,030 satuan.

Nilai koefisien regresi persepsi kebermanfaatan adalah -0,030, artinya jika variabel persepsi kebermanfaatan (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel persepsi kemudahan dan risiko (X2 dan X3) dan konstanta (a) adalah 0, maka keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* menurun sebesar -0,030. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan berkontribusi negative bagi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Nilai koefisien regresi persepsi kemudahan adalah 0,354, artinya jika variabel persepsi kemudahan (X2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel persepsi kebermanfaatan dan risiko (X1 dan X3) dan konstanta (a) adalah 0, maka keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* meningkat sebesar 0,354. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berkontribusi positif bagi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Nilai koefisien regresi risiko adalah 0,119, artinya jika variabel persepsi risiko (X3) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel persepsi

kebermanfaatan dan persepsi kemudahan (X1 dan X2) dan konstanta (a) adalah 0, maka keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* meningkat sebesar 0,119. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel risiko berkontribusi positif bagi keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

#### 4. Uji Hiopotesis

##### a. Uji Parsial (Uji T)

Hasil Uji statistic Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual terhadap variabel dependen. Jika probabilitas  $t < 0.05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, sedangkan jika probabilitas  $t > 0.05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan SPSS for windows versi 25 dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Uji Statistik t (Uji Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.030	2.585		1.172	0.245
	Persepsi Kebermanfaatan	-0.036	0.122	-0.030	-0.294	0.769
	Persepsi Kemudahan	0.354	0.123	0.317	2.881	0.005
	Risiko	0.512	0.119	0.445	4.300	0.000

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel

Variabel persepsi kebermanfaatan penggunaan *mobile banking* diperoleh dari nilai t hitung sebesar -0,294 dengan nilai sig 0,769. Secara statistic menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih kecil

dari t tabel yaitu sebesar 1,990 dengan taraf signifikansi lebih besar dari 0.05. maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Variabel persepsi kemudahan *mobile banking* diperoleh dari nilai t hitung sebesar 2,881 dengan nilai sig 0,005. Secara statistic menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1,990 dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0.05. maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Variabel risiko *mobile banking* diperoleh dari nilai t hitung sebesar 4,300 dengan nilai sig 0,000. Secara statistic menunjukkan bahwa hasil dari nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu sebesar 1,990 dengan taraf signifikansi lebih kecil dari 0.05. maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel risiko berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui variabel bebas (independent) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (dependen).

Dasar pengambilan uji ini ada 2 cara yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Dan jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

- 2) Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.  
Dan jika nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.  
(Nadlifah, 2018).

**Tabel 4.16**  
**Uji F (Simultan)**

ANOVAa						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.528	3	41.509	20.075	0.000b
	Residual	163.351	79	2.068		
	Total	287.880	82			
a. Dependent Variable: keputusan penggunaan						
b. Predictors: (Constant), risiko, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan						

Berdasarkan tabel 4.15 Nilai  $f$  hitung sebesar 20,075 dengan nilai tingkat signifikan 0,000. Karena nilai signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar nilai  $R^2$  maka semakin baik kemampuan variance dan variabel independent menjelaskan variabel dependen.

**Tabel 4.17**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.658a	0.433	0.411	1.438

a. Predictors: (Constant), risiko, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,411. Hal ini berarti bahwa persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko memiliki pengaruh positif dan berpengaruh sebesar 41,1% terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan syariah mandiri mobile, sedangkan sisanya sebesar 58,9 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti oleh penulis.

#### **E. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan (X1) terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mandiri Syariah Mobile**

Menurut Davis (1989) mengatakan bahwa persepsi kebermanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel Persepsi Kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas (X1) persepsi Kebermanfaatan mempunyai pengaruh negatif terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Hal ini dapat dilihat dari pada tabel (4.14) yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-0,294 < 1,990$ ) dengan tingkat signifikansi 0,769 lebih dari 0,05 dan koefisien regresi sebesar -0,036. Dengan demikian  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel

Persepsi Kebermanfaatan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh.

## 2. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X2) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mandiri Syariah Mobile.

Davis et al (1989) mendefinisikan persepsi atas kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut tak perlu bersusah payah.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas (X2) persepsi kemudahan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Hal ini dapat dilihat dari pada tabel diatas yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,881 > 1,990$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,005 < 0,05$  dan koefisien regresi sebesar  $0,354$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima, ini berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan anatar variabel Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Adi Prasetya Oktabriantono tentang pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, keamanan, dan persepsi risiko terhadap penggunaan e-banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha yang menjelaskan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai t hitung sebesar ( $2,750 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,007 < 0,05$ ) maka dapat dikatakan  $H_a$  diterima.

3. Pengaruh Risiko (X3) Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mandiri Syariah Mobile.

Menurut Pavlou (2001), Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa variabel bebas (X3) risiko mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan nasabah dalam menggunakan mandiri syariah mobile. Hal ini dapat dilihat dari pada tabel (4.14) yang menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,300 > 1,990$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000$  kurang dari  $0,05$  dan koefisien regresi sebesar  $0,119$ . Dengan demikian  $H_a$  diterima, ini berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan anatar variabel risiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile banking*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Arif Pribadi dan Rachmat Gunawan tentang analisis pengaruh persepsi kemudahan, risiko, dan fitur layanan terhadap keputusan nasabah pengguna internet banking (Studi kasus BRI Syariah Pusat) yang menjelaskan bahwa hasil uji t menunjukkan bahwa variabel risiko memiliki nilai t hitung sebesar ( $2,245 > 1,984$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,027 < 0,05$ ) maka dapat dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

4. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko (X4) Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *M-Banking*.

Berdasarkan uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Mandiri Syariah Mobile. Dalam penelitian ini diperoleh nilai f hitung sebesar

20,075 dengan nilai tingkat sig 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung lebih besar dari nilai f tabel yakni sebesar 2,72 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis menyatakan bahwa Pengaruh Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM) Diterima. Hal Ini Berarti Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Risiko Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM).



## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kebermanfaatan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan Mandiri Syariah Mobile (MSM). Dalam penelitian ini ditemukan adanya sedikit keraguan nasabah atas manfaat dari Mandiri Syariah Mobile (MSM). Namun hal ini tidak mempengaruhi nasabah dalam menggunakan *mobile banking*
2. Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan aplikasi Mandiri Syariah Mobile (MSM). Hal ini berarti semakin mudah aplikasi mobile banking digunakan maka akan semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Semakin sering sistem digunakan maka sistem tersebut akan lebih dikenal, lebih mudah di fahami, mudah dioperasikan dan mudah digunakan oleh penggunanya. Dalam hal ini dapat dikaitkan dengan dengan karakteristik responden dari yang mayoritas pekerjaannya adalah pegawai swasta, sehingga penggunaan *mobile banking* lebih dibutuhkan untuk meningkatkan kinerja kerja nasabah.
3. Risiko yang semakin kecil berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* pada nasabah PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang. Sehingga semakin kecil resiko, maka semakin banyak pula keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.
4. Persepsi Kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan risiko secara simultan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang. Dengan kata lain, seorang karyawan Pt Bank Syariah Mandiri harus dapat melayani dan juga menjelaskan kepada nasabah

sesuai standar yang ditentukan sehingga tercipta adanya persepsi kebermanfaatan dan juga persepsi kemudahan dalam menggunakan layanan *mobile banking*, serta dengan adanya tingkat risikodalam layanan tersebut bahwa semakin rendah tingkat risiko maka semakin tinggi pula keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mencari ruang lingkup populasi yang berbeda. Sampel yang digunakan sebaiknya juga lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini, dengan demikian peneliti lanjutan tersebut dapat semakin memberikan gambaran yang lebih spesifik.
2. Bagi Bank Syariah Mandiri KCP Majenang, sebaiknya lebih aktif memberikan informasi terkait *mobile banking* kepada masyarakat. Mengenai manfaat, kemudahan yang akan didapat nasabah guna mempermudah transaksi perbankan mereka serta disisi lain ada risiko yang perlu diptimbangkan.
3. Bagi nasabah sebaiknya lebih mencari informasi layanan *mobile banking*. Karena dengan adanya layanan *mobile banking* tersebut nasabah tidak memerlukan banyak waktu, biaya, dan usaha lebih untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Prasetya O. Ni Luh Gede ES. Dan Putu Eka DMD. (2017). *“Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Keamanan, dan Persepsi Risiko terhadap Penggunaan E-banking pada Mahasiswa SI Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan GANESHA”*. Jurnal Akuntansi, Vol.8, No.2.
- Alhusain, Ahmad Sani. (2021). *“Bank Syariah Indonesia: Tantangan dan strategi dalam mendorong perekonomian nasional”*. Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Vol. 13, No.3/1
- Almuntaha, eska. (2008). *”Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Bankingoleh Nasabah di Indonesia”*. Jurnal Ekonomi, Vol.1, No.1.
- Amanullah, Bastian .2014. *“Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survei pada Nasabah Bank BCA Semarang)”*
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. *“Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet banking (Studi pada nasabah Bank BCA)”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Andriyanto, Yaufi. (2014). *“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Resiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB NIAGA Daerah Istimewa Yogyakarta)”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negri Yogyakarta.
- Azizi, Muamar. 2016. *“ Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan E-Banking pada PT Bank BNI Syariah KC Yogyakarta”*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga.
- Bawono, Anton. 2016. *“Multivariate Analysis dengan SPSS”*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Davis, F. D. 1989. *“Perceived Usefulness, Perceived Ease of use, and User Acceptance OF information Tecnology. MIS Quarterly. Vol. 13, No.3.*
- Darmawi, Herman. 2011. *“Manajemen Perbankan “*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Drs. Daryanto, d. D. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Erlina Pancareni. 2016. "*Manajemen Restrukturisasi Pembiayaan Bermasalah Warung Mikro Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Pemalang*". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
- Fadhli, Muhammad dan Fachruddin, Rudy. (2016). "*Pengaruh Persepsi Nasabah atas Resiko, Kepercayaan, Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh)*". *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, Vol. 1, No.2.
- Fauziyah, Andi. Dan Tenripada. 2019. "*Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Risiko terhadap Penggunaan E-Banking (Survei pada Nasabah BRI Syariah di Kota Palu)*". *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol. 3, No.1.
- Ghozali, Imam. 2005. "*Aplikasi Analysis Multivariate dengan Program SPSS, Cet ke-3*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. "*Aplikasi Analysis Multivariate dengan Program SPSS 21, Cet ke-7*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giga bawa Laksana, E. S. (2015). "*Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko, dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah BRI KCP Rembang, Jawa Tengah)*". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26 No. 2.
- Habibi, Zaky. 2015. "*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah*". *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*. Vol.3, No.1.
- Hadi, S dan Novi. 2015. "*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*". *Jurnal ekonomi dan Bisnis*. Vol.5, No.1.
- Harlan, Dwimasta. 2014. "*Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Resiko Persepsian terhadap Bertransaksi Menggunakan E-Banking pada UMKM di Kota Yogyakarta*". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kasmir. 2012. "*Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*". Jakarta: Grafindo Utama.
- Kotler, Philip, dkk. 2009. "*Manajemen Pemasaran edisi-13*". Jakarta : Erlangga.

- Kurniaputra, Andria Yudi, dan Mochamad Nurhadi. 2018. “*Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko dan Manfaat terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking BRI*”. *Journal Business and Banking*. Vol.8, No.1.
- Jogiyanto. 2005. “*Sistem Teknologi Informasi*”. Yogyakarta: Andi.
- Jogiyanto. 2007. “*sistem Informasi Keperilakuan*”. Yogyakarta: Andi.
- Latief, Fitriani. Dan Dirwan. 2020. “*Pengaruh kemudahan, Promosi dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Digital*”. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*. Vol.3, No.1.
- Murbiyantoro, Ari dan Syaefullah. 2014 “*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Perspsi Resiko terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking*”. *Jurnal Akuntansi*. Vol.1.No.2.
- Ningsih, Hutami A. Sasmita, Endang M. dan Bida Sari. 2021. “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik QRIS pada Mahasiswa*”. *Jurnal IKRA-ITH*. Vol. 4, No.1.
- Novitasari, Dian Lusya. 2017. “*Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Risiko terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah di Surakarta (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Surakarta)*”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Nugroho, Setiadi J. 2003. *Perilaku Konsumen : Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta : Kencana.
- Nurhayati Ririn. 2019. “*Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Online Banking pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa*”. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. Vol.1, No.1.
- Otoritas jasa Keuangan. 2016. “*Perbankan*”. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Pavlou, Fred. 2001. “*Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology*”. *MIS Quarterly*. September.
- Pertiwi, Fita. Dan Adhivinna, Vidya Vitta. 2014. “*Pengaruh Risiko, Manfaat dan Kemudahan Terhadap Kepercayaan Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Yogyakarta (Studi Kasus pada Nasabah Bank Mandiri)*”. Vol.11, No.1.

- Rahayu, Imam Sugih. 2015. “*Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)*.” *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. V. No. 2.
- Riswandi, B.A. 2005. “*Aspek Hukum Internet Banking*”. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rithmaya, Chitra L. 2016. “*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan terhadap MINat Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 16, No.1.
- Sugiyono. 2010. “*Statistika untuk Penelitian*”. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. “*Metode Penelitian Manajemen*”. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. “*Perilaku Konsumen*”. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suprayitno, Eko. 2008. “*Ekonomi Mikro Perspektif Islam*”. Malang: UIN Malang Press.
- Suryani, Tatik. 2013. “*Ilmu Perilaku Konsumen di Era Internet*”. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjini, Sartika Sari Ayu dan Zaki Baridwan. 2011. “*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Pengguna Sistem Internet Banking*”. *Jurnal Ilmiah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis*. Vol.1, No.1.
- UU RI No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah Pasal 1 ayat 7.
- Venkatesh, Viswanath. 2000. “*Determinants Of Perceived Ease Of Use : Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion Into the Technology Acceptance Model*”. *INFORMS Information Systems Research*. Vol. 11, No. 4.
- Verdina, Nuning. 2021. “*Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Penggunaan Internet banking*”. *Jurnal Ilmiah Maksitek*. Vol.6, No.3.
- Wibiadila, Ikbar. 2016. “*Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, dan Kualitas Layanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking*”.

*(Survei pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)*". Naskah Publikasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Wahyuningtyas, Yunita F. Dan Dyah Ayu W. 2015. "*Analisis Pengaruh Persepsi Risiko, Kemudahan dan Manfaat terhadap Keputusan Pembelian Secara Online*". Jurnal Kajian Bisnis. Vol. 23, No. 2.

Yahya, R. dkk. 2014. "*Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer. Edisi 2*". Jakarta: Salemba Empat

<https://www.cnbcindonesia.com>

<https://www.mandirisyariah.co.id>



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**Lampiran 1. Kuesioner Penelitian**

**LEMBAR PERSETUJUAN MENJADI RESPONDEN**

Yth. Calon Responden Penelitian

Di

Tempat

Dengan hormat,

Saya mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, bermaksud melaksanakan penelitian dengan Judul “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Risiko terhadap Keputusan Nasabah menggunakan *m-banking* pada Masa Pandemi (studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Majenang)”.

Saya berharap partisipasi bapak/ibu/saudara/saudari dalam penelitian yang saya lakukan, saya menjamin kerahasiaan data yang diisi oleh responden. Informasi yang bapak/ibu/saudara/saudari berikan hanya semata-mata digunakan untuk pengembangan ilmu manajemen zakat dan wakaf dan tidak digunakan untuk maksud lain.

Apabila bapak/ibu/saudara/saudari bersedia menjadi responden, bapak/ibu/saudara/saudari mengisi dan menandatangani lembar persetujuan menjadi responden. Atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari disampaikan terima kasih.

Peneliti

Responden

**Siti Hasanah**

.....

## KUISIONER

### A. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER:

1. Jawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur dan sebenarnya.
2. Sebelum anda mengisi kuesioner dimohon untuk terlebih dahulu mengisi pertanyaan mengenai data diri anda.
3. Isilah kolom pernyataan dengan menggunakan tanda (X) pada kolom yang tersedia.

#### a. Karakteristik Responden

Bagian karakteristik responden merupakan pernyataan yang berhubungan dengan identitas responden, mohon diisi sesuai identitas anda. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dan isilah titik-titik dengan jawaban yang sesuai.

- 1) Nama Responden:.....
- 2) Jenis kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
- 3) Usia:
  - 17-25 Tahun
  - 25-30 Tahun
  - 30-35 Tahun
  - 35-40 Tahun
  - > 40 Tahun
- 4) Pekerjaan
  - PNS/TNI
  - Pegawai Swasta
  - Buruh/Tani
  - Wiraswasta
  - Pelajar/Mahasiswa

Lainnya

5) Lamanya menggunakan Mobile Banking

< 6 Bulan

6 Bulan-1 Tahun

1-2 Tahun

>2 Tahun

**b. Pernyataan**

Pernyataan dibawah ini merupakan pertanyaan yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi ASN terhadap minat membayar zakat profesi. Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (X) pada kolom yang sesuai.

1) Keterangan:

a) SS = Sangat Setuju

b) S = Setuju

c) KS = Kurang Setuju

d) TS = Tidak Setuju

e) STS = Sangat Tidak Setuju

**a. Persepsi Kebermanfaatan**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Penggunaan <i>mobile banking</i> membuat kinerja pekerjaan saya meningkat					
2	Dalam menggunakan <i>mobile banking</i> ini pekerjaan saya menjadi lebih mudah					
3	Penggunaan <i>mobile banking</i>					

	membantu kinerja saya					
4	<i>Mobile banking</i> bermanfaat untuk berbagai aktivitas saya saat ini					
5	Fitur yang terdapat dalam <i>mobile banking</i> sangat membantu dalam melancarkan pekerjaan saya					

**b. Persepsi Kemudahan**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Fitur dan penggunaan <i>mobile banking</i> mudah untuk di pelajari					
2	Perintah yang terdapat di <i>mobile banking</i> sangat jelas dan tidak membingungkan					
3	Penggunaan <i>mobile banking</i> tidak terbatas oleh waktu, dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja					
4	Dengan adanya <i>mobile banking</i> saya lebih mudah mengontrol pekerjaan saya					
5	<i>Mobile banking</i> mudah untuk dioperasikan					

**c. Risiko**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Aplikasi <i>mobile banking</i> yang ada pada di bank syariah aman					
2	<i>Mobile banking</i> dilengkapi sistem keamanan yang cukup baik untuk melindungi data pribadi nasabah					
3	Menggunakan <i>mobile banking</i> tidak memiliki resiko yang tinggi					
4	Dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam melakukan beberapa transaksi <i>mobile banking</i>					
5	Gangguan jaringan <i>mobile banking</i> sangat rendah					

**d. Keputusan Penggunaan**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> karena memberikan keamanan bagi penggunanya					
2	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> karena tidak adanya biaya registrasi					
3	Saya memutuskan					

	menggunakan <i>mobile banking</i> untuk melakukan transfer dana ke rekening lain					
4	Saya memutuskan menggunakan <i>mobile banking</i> untuk mengakses informasi (misal: saldo tabungan, informasi transaksi terakhir rekening, suku bunga deposito, suku bunga tabungan)					
5	Saya memutuskan untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> di masa yang akan datang					

## Lampiran 2. Jawaban Kuisisioner Responden

NO	Persepsi Kebermanfaatan						Persepsi Kemudahan						Risiko					keputusan Penggunaan						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	tota1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	tota1	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	tota1	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
1	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	4	23	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	5	5	23	4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	4	22	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
5	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	3	20
6	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
7	5	4	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
8	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
9	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
12	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
13	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
14	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	3	19
15	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	3	19
16	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
17	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20

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

56	4	5	4	5	5	23	4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
58	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
59	4	5	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
60	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
61	4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
62	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
63	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
64	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	4	22
65	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25
66	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	5	22	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21
67	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	5	24
68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
69	5	5	5	4	4	23	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
70	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	5	22
71	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20
72	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
73	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	5	4	3	4	3	19
74	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18
77	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
79	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
80	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
82	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	3	20	4	4	4	4	4	20

### Lampiran 3. Hasil beberapa uji

#### Hasil Uji Validitas

Variabel	No item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan (X1)	1	0,553	0,1818	Valid
	2	0,620	0,1818	Valid
	3	0,596	0,1818	Valid
	4	0,747	0,1818	Valid
	5	0,659	0,1818	Valid
Persepsi Kemudahan (X2)	1	0,684	0,1818	Valid
	2	0,751	0,1818	Valid
	3	0,764	0,1818	Valid
	4	0,684	0,1818	Valid
	5	0,715	0,1818	Valid
Risiko (X3)	1	0,541	0,1818	Valid
	2	0,688	0,1818	Valid
	3	0,786	0,1818	Valid
	4	0,746	0,1818	Valid
	5	0,703	0,1818	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	1	0,719	0,1818	Valid
	2	0,821	0,1818	Valid
	3	0,787	0,1818	Valid
	4	0,830	0,1818	Valid
	5	0,824	0,1818	Valid

#### Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai hitung Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kebermanfaatan	0,884	Reliabel
Persepsi Kemudahan	0,879	Reliabel
Risiko	0,880	Reliabel
Keputusan menggunakan mobile banking	0,878	Reliabel

## Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		76	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000	
	Std. Deviation	1.54390526	
Most Extreme Differences	Absolute	0.153	
	Positive	0.153	
	Negative	-0.054	
Test Statistic		0.153	
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.000 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0.051 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.045
		Upper Bound	0.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

## Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,644	1,450	Tidak Terjadi Multikolonieritas
X2	0,623	1,685	Tidak Terjadi Multikolonieritas
X3	0,620	1,492	Tidak Terjadi Multikolonieritas

**Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Metode Glejser**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.339	1.508		-2.876	0.005
	Persepsi Kebermanfaatan	0.092	0.071	0.162	1.291	0.200
	Persepsi Kemudahan	0.088	0.072	0.165	1.224	0.225
	Risiko	0.073	0.069	0.134	1.055	0.295

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**Hasil Analisis Regresi Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.030	2.585		1.172	0.245
	Persepsi Kebermanfaatan	-0.036	0.122	-0.030	-0.294	0.769
	Persepsi Kemudahan	0.354	0.123	0.317	2.881	0.005
	Risiko	0.512	0.119	0.445	4.300	0.000

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

### Uji Statistik t (Uji Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.030	2.585		1.172	0.245
	Persepsi Kebermanfaatan	-0.036	0.122	-0.030	-0.294	0.769
	Persepsi Kemudahan	0.354	0.123	0.317	2.881	0.005
	Risiko	0.512	0.119	0.445	4.300	0.000

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan

### Uji F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	124.528	3	41.509	20.075	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	163.351	79	2.068		
	Total	287.880	82			

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan  
b. Predictors: (Constant), risiko, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.658 <sup>a</sup>	0.433	0.411	1.438

a. Predictors: (Constant), risiko, persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan

**Lampiran 4. Foto Dokumentasi**



## Lampiran 6. Sertifikat-Sertifikat

### Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab

عنوان: شارع جندول أحمد ديانى رقمه: ٤٣١٢٦، بورنوبونجورنو، جاوا الغربية ٦٣٥٦٢٤ www.iainpurwokerto.ac.id

وزارة الشؤون الدينية  
الجامعة الإسلامية الحكومية بورنوبونجورنو  
الوحدة لتنمية اللغة

الشهادة  
رقم: ٢٠١٧/١٨٨/PP.../UPT. Bhs/Lv.١٧  
تشهد الوحدة لتنمية اللغة بأن:

الاسم : ستي حسنة  
القسم : PS

قد استحق/استحققت الحصول على شهادة إجازة اللغة العربية بجميع مهاراتها على المستوى المتوسط وذلك بعد إتمام الدراسة التي عقدتها الوحدة لتنمية اللغة وفق المنهج المقرر بتقدير:

**IAIN PURWOKERTO**  
(جهت جدا)

بورنوبونجورنو، ٣ أغسطس ٢٠١٧  
الوحدة لتنمية اللغة،  
إبراهيم صبور، الماحضين.  
رقم التوظيف : ١٩١٧.٢٠٧١٩٩٢٠٣١.٠٠٥





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A, Purwokerto 53126  
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

# SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.005/009/2017

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:

**SITI HASANAH**

**1617202122**

MATERI UJIAN	NILAI
1. Tes Tulis	82
2. Tartil	72
3. Kitabah	70
4. Praktek	70

NO. SERI: MAJ-G1-2017-149

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).

Purwokerto, 23 Februari 2017

Mudir Ma'had Al-Jami'ah,



**Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I**  
NIP. 19570521 198503 1 002

Sertifikat Pengembangan Bahasa Inggris



## Sertifikat Aplikom

# SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO  
**UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA**  
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



**IAIN PURWOKERTO**

---

No. IN.17/UPT-TIPD/164/2022

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	75 / B
Microsoft Excel	65 / B
Microsoft Power Point	70 / B

Diberikan Kepada:

**SITI HASANAH**  
NIM: 1617202122

Tempat / Tgl. Lahir: Cilacap33, 24 Desember 1998

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program **Microsoft Office®** yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.





Purwokerto, 21 Januari 2022  
Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc**  
NIP. 19801215 200501 1 003



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

Nama Lengkap : Siti Hasanah  
NIM : 1617202122  
Tempat Tanggal Lahir : Cilacap, 24 Desember 1998  
Alamat : Desa Babakan RT 04 RW 01 Kecamatan  
Karangpucung Kabupaten Cilacap  
Nama Ayah : Saepudin Dasno  
Nama Ibu : Dasikem

### Riwayat Pendidikan

#### Pendidikan Formal

SD/MI, tahun lulus : SD Negeri Babakan 01, 2010  
SMP/MTS, tahun lulus : MTs Miftahul Huda Karangpucung, 2013  
SMA/MA, tahun lulus : SMA Jendral Ahmad Yani Karangpucung, 2016  
S1, tahun masuk : UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2016  
Pendidikan Non Formal : PP Darul Abror Puwokerto  
Prestasi Akademik : -

