

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL  
PERILAKU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN BSI *MOBILE***

(Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta Untuk  
Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi**



Oleh :

**RIANA PRADINA PUTRI**  
NIM. 19.52.31.293

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA  
2023**

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL  
PERILAKU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN BSI *MOBILE***

(Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

**RIANA PRADINA PUTRI**  
NIM. 19.52.31.293

Surakarta, 20 Maret 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



**Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 19721218 2009011 010

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Riana Pradina Putri

NIM : 19.52.31.293

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul "PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI *MOBILE* (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)". Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belumpernah dilakukan / diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Klaten, 20 Maret 2023



Riana Pradina Putri

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Riana Pradina Putri

NIM : 19.52.31.293

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Terkait penelitian skripsi berjudul "PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI *MOBILE* (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.. Apabila di kemudian hari bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Klaten, 20 Maret 2023



Riana Pradina Putri

Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I  
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal: Skripsi  
Sdr: Riana Pradina Putri

Kepada yang terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami sampaikan bahwa skripsi saudara Riana Pradina Putri NIM: 19.52.31.293 yang berjudul :

“PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL PERILAKU DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN BSI *MOBILE* (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. oleh karena itu kami memohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkan permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 20 Maret 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19721218 2009011 010

**PENGESAHAN**

**PENGARUH SIKAP, NORMA SUBJEKTIF, PERSEPSI KONTROL  
PERILAKU, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN BSI *MOBILE***  
(Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)

Oleh:

**RIANA PRADINA PUTRI**  
NIM. 19.52.31.293

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasah  
pada hari Selasa tanggal 04 April 2023 M / 13 Ramadhan 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.  
NIP. 19720304 200112 1 004



Penguji II  
Alvin Yahya, S.H., M.H.  
NIK. 19821113 201701 1 1091




Penguji III  
Meilana Widyaningsih, S.E.Sy., M.E.  
NIP. 19920518 202012 2 013



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP. 19720304 200112 1 004

## **MOTTO**

*“Maka bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar...”*  
(Al-Ghafir;55)

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama  
kesulitan ada kemudahan”*  
(Al-Insyirah;5-6)

*“Only you can change your life. Nobody else can do it for you”*  
(unknown)

## **PERSEMBAHAN**

Bismillahirrahmanirrahim

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa  
karya yang sederhana ini untuk:

Bapak, Ibu, dan Kakakku tersayang yang selalu memberikan dukungan yang tiada  
hentinya.

Sahabat- sahabat dan semua pihak yang telah meluangkan waktu, tenaga dan  
pikirannya sehingga tercapailah semua ini.

Terimakasih



## **KATA PENGANTAR**

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmad dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Bsi *Mobile* (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten)”. Skripsi ini disusun guna sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi jenjang strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, dalam penulisan skripsi ini mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir S. Ag., M. Pd. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Usnan, S.E.I., M.E.I. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
5. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah

6. Yulfan Arif Nurrohman, MM selaku dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
8. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam penyusunan skripsi.
9. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
10. Responden yang merupakan masyarakat muslim Kecamatan Tulung Klaten.
11. Bapak, Ibu, dan Kakak tercinta, terimakasih doa dan kasih sayang yang telah dicurahkan.
12. Sahabat – sahabatku terimakasih atas doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman kelas F Perbankan Syariah angkatan 2019.
14. Seluruh pihak yang terlibat, terima kasih telah turut serta dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa dan puji syukur kepada Allah SWT, sehingga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya, Aamiin.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

## **ABSTRACT**

*This research aimed to determine the effect of attitudes, subjective norms, perceived control behavior and trust on the intention to use mobile BSI in Muslim communities in Tulung District, Klaten Regency.*

*The researcher applied quantitative research. The researcher obtained the primary data from filling out questionnaires from respondents. The sampling technique used purposive sampling with the slovin formula. The research used multiple linear regression analysis techniques which were processed using SPSS.*

*The results of data analysis shown that the attitude variables attitudes, subjective norms and perceived control behaviour has a positive and significant effect on the intention in using BSI Mobile.. Meanwhile, The variable trust do not have a positive and significant effect on the intention in using BSI Mobile.*

*Keywords: Attitude, subjective norm, perceived control behavior trust, intention to use*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan kepercayaan terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner dari responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan rumus *slovin*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan SPSS.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*. dan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*.

Kata kunci: Sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku, kepercayaan, minat menggunakan

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iv
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN .....	vi
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah .....	10
1.5 Tujuan Penelitian .....	11
1.6 Manfaat Penelitian .....	11

1.7 Sistematika Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
2.1 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB) .....	14
2.1.1 Pengertian.....	14
2.2 <i>Self Service Technology</i> .....	15
2.2.1 <i>Pengertian Self Service Technology</i> .....	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Self-Service Technology</i> .....	15
2.3 Minat .....	16
2.3.1 Pengertian Minat .....	16
2.3.2 Indikator Minat.....	16
2.4 Sikap ( <i>Attitude</i> ) .....	17
2.4.1 Pengertian Sikap.....	17
2.4.2 Indikator Sikap .....	18
2.5 Norma Subjektif ( <i>Subjective Norm</i> ).....	19
2.5.1 Pengertian Norma Subjektif .....	19
2.5.2 Indikator Norma Subjektif .....	20
2.6 Persepsi Kontrol Perilaku.....	20
2.6.1 Pengertian Persepsi Kontrol Perilaku.....	20
2.6.2 Indikator Persepsi Kontrol Perilaku .....	21
2.7 Kepercayaan.....	21
2.7.1 Pengertian Kepercayaan.....	21
2.7.2 Indikator Kepercayaan .....	22
2.8 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.8.1 Hubungan Sikap Terhadap Minat .....	23

2.8.2 Hubungan Norma Subjektif Terhadap Minat.....	23
2.8.3 Hubungan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat .....	23
2.8.4 Hubungan Kepercayaan Terhadap Minat.....	24
2.9 <i>Mobile Banking</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	24
2.10 Penelitian Yang Relevan .....	25
2.11 Kerangka Berpikir .....	32
2.12 Hipotesis.....	32
2.12.1 Pengaruh Sikap Terhadap Minat menggunakan BSI Mobile.....	32
2.12.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile .....	33
2.12.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat menggunakan BSI Mobile .....	33
2.12.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	35
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	35
3.3 Populasi dan Sampel .....	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5 Data dan Sumber .....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Variabel Penelitian .....	39
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.9 Analisis Data .....	42

3.9.1 Analisis Deskriptif .....	42
3.9.2 Uji Instrumen .....	42
3.9.3 Uji Asumsi Klasik .....	43
3.9.4 Uji Ketetapan Model .....	44
3.9.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.9.6 Uji t .....	46
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	47
4.2 Hasil Analisis Data.....	48
4.2.1 Analisis Deskriptif .....	48
4.2.2 Uji Instrumen .....	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	56
4.2.4 Uji Ketetapan Model .....	59
4.2.5 Regresi Linear Berganda.....	61
4.2.6 Uji t .....	63
4.3 Pembahasan Analisis Data .....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
5.1 Kesimpulan .....	72
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	73
5.3 Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>81</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data pengguna internet di Indonesia.....	1
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan .....	25
Tabel 3.1 Skala Likert .....	39
Tabel 3.2 Variabel dan Indikator .....	40
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia .....	49
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	50
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan pendapatan .....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap .....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Norma Subjektif .....	54
tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku .....	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan .....	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Minat .....	55
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 4.14 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	59

Tabel 4.15 Hasil Uji Determinasi R <sup>2</sup> .....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	60
Tabel 4.17 Hasil Analisis Regresi Berganda .....	61
Tabel 4.18 Hasil Uji T .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Beranda BSI Mobile .....	4
Gambar 1.2 Penilaian Aplikasi BSI Mobile .....	4
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir .....	32

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	81
Lampiran 2 Koesioner Penelitian .....	83
Lampiran 3 Data tabulasi kuesioner .....	86
Lampiran 4 Analisis statistik deskriptif .....	100
Lampiran 5 Uji Instrumen .....	101
lampiran 6 uji asumsi klasik .....	107
Lampiran 7 Uji ketepatan model .....	109
Lampiran 8 Regresi linear berganda .....	110
Lampiran 9 Uji hipotesis (uji t) .....	111
lampiran 10 trial uji validitas dan reliabilitas .....	112
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	116
Lampiran 11 Hasil Uji Plagiasi .....	117
Lampiran 12 Dokumentasi pengambilan data.....	118

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia semakin meningkat dengan mobilitas manusia yang dituntut secara cepat dan mudah. Kecanggihan teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini dapat merubah pola hidup sebagian masyarakat untuk melakukan aktivitas secara cepat dan mudah menggunakan teknologi internet (Aini & Wijyantini, 2022). Hal itu dibuktikan dengan semakin meningkatnya masyarakat yang dapat mengakses internet di lihat dari website [cnbc.indonesia](http://cnbc.indonesia), sebelum pandemi pengguna internet sebesar 175 juta dan pada awal 2022 pengguna internet mencapai 210 juta, yang artinya ada penambahan pengguna internet 35 juta di Indonesia. Data pengguna internet dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1.  
Data pengguna internet di Indonesia

Tahun	Jumlah pengguna internet
2018	171,17 juta
2019	179,14 juta
2020	190,92 juta
2021	201,37 juta
2022	210,67 juta

Sumber : Asosiasi Penyedia Jasa Internet Di Indonesia

Menurut laporan dari *We Are Social* dan *Hootsuite* (2021), di Indonesia yang menggunakan internet dan yang memiliki *handphone* sudah mencapai 98,3%. besar presentase orang yang menggunakan internet yang memiliki perangkat elektronik seperti laptop 74,7%, tablet sebesar 18,5%, dan smartwatch sebesar 13,3%.

Menurut penjelasan OJK, meningkatnya orang yang menggunakan internet dan perangkat elektronik di masyarakat yang semakin banyak dapat mendorong digitalisasi perbankan di Indonesia. Masyarakat yang menggunakan aplikasi daring dalam sehari-hari, seperti aplikasi pesan (*apps chatting*), sosmed. Aplikasi belanja online (*shopping apps*), dan aplikasi perbankan (*apps banking*). Pada data *We Are Social* dan *Hootsuite* (2021), sebagian besar yang menggunakan internet mulai dari usia 16 sampai 64 tahun yang menggunakan aplikasi *chatting*, media social, dan *shopping apps* dengan presentase diatas 90%. Sedangkan yang menggunakan aplikasi perbankan baru sebesar 39,2% (Fernando, 2021).

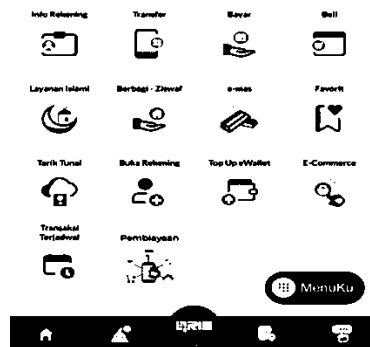
Perkembangan teknologi informasi dapat mendorong pelaku bisnis dan ekonomi Indonesia. Dengan memanfaatkan layanan teknologi tersebut perbankan syariah menawarkan *e-banking* (*internet banking, mobile banking dan SMS banking*). *Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan melalui ponsel (Atiq et al., 2022) Biasanya masyarakat menggunakan produk mobile banking untuk transfer, cek saldo, pembayaran, *virtual account*, dan layanan lainnya.

Saat ini BSM, BRIS dan BNIS telah resmi dimarger dengan satu entitas Bank Syariah Indonesia, yang beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021. Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap dengan jangkauan yang lebih luas, dan memiliki permodalan yang lebih baik. Diharapkan bank syariah Indonesia dapat bersaing di tingkat global serta menjadi energy baru untuk pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat (bankbsi.com). Bank syariah Indonesia merupakan perbankan syariah yang sudah mengembangkan melalui layanan digital yaitu dengan hadirnya layanan aplikasi *BSI mobile*.

Layanan *BSI mobile* ini memberikan kemudahan masyarakat untuk bertransaksi tanpa harus datang ke bank langsung. Fitur-fitur yang ada dalam *BSI mobile* info rekening, transfer, pembayaran, pembelian, QRIS, e-emas, dan Tarik tunai, selain itu *BSI mobile* terdapat fitur berbagi keberkahan dan menjalankan kewajiban sebagai muslim dengan zakat melalui online dan juga terdapat fitur yang menunjukkan jadwal sholat, lokasi masjid terdekat dan arah kiblat sesuai lokasi (bankbsi.co.id). Pada gambar 1.1 merupakan tampilan beranda aplikasi *BSI Mobile* pada saat membuka aplikasi pada IOS.

Gambar 1.1

## Beranda BSI Mobile



Sumber: App store, 2022

Pengguna aplikasi BSI *mobile* masih tergolong sedikit peminat karena pengetahuan masyarakat tentang Bank Syariah Indonesia masih kurang. Maka BSI mobile memiliki rating atau penilaian 4,3 per 5,0 dengan 14.593 ulasan pada perangkat IOS. Penilaian aplikasi BSI *mobile* pada gambar 1.2 sebagai berikut:

Gambar 1.2

Penilaian Aplikasi BSI *Mobile*

Sumber: App Store, 2022



BSI *Mobile* memiliki komentar positif dari segi manfaat dan kemudahannya, tetapi masih banyak komentar negatif yang diberikan oleh pengguna aplikasi BSI *mobile* yang dapat dilihat dari App store diantaranya masih sering terjadi eror, sering terjadi kegagalan saat melakukan transaksi, proses aktivasi yang rumit sehingga membuat pengguna lama merasa kecewa. Sedangkan untuk pengguna baru pasti akan mencari tahu terlebih dahulu informasi mengenai aplikasi tersebut yang dapat terlihat pada Apps store, playstore maupun sumber lainnya. Komentar-komentar negatif tersebut dapat mempengaruhi sikap dalam minat menggunakan BSI *Mobile*.

Minat menggunakan teknologi biasanya dipengaruhi oleh sikap individu terhadap suatu layanan digital. Yang dijelaskan dalam model yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) yang dengan dikenal dengan *Theory Of Planned Behavior* (TPB), digunakan sebagai landasan dalam mengukur minat menggunakan suatu teknologi.

Menurut Kotler (2012), minat adalah sesuatu yang muncul setelah mendapat rangsangan dari suatu produk yang dilihat, kemudian muncul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut yang akhirnya muncul keinginan untuk membeli dan memiliki produk tersebut. (Fatonah & Hendratmoko, 2020). Minat menggunakan dapat dilihat ketika seseorang melihat orang lain bertransaksi menggunakan BSI *mobile* syariah atau mengetahui informasi tentang BSI *mobile* maka orang tersebut memiliki ketertarikan untuk mencoba menggunakan layanan BSI *mobile*.

Dikutip dari web resmi Bank Syariah Indonesia memiliki nasabah yang terus meningkat pada Juni 2022 sebanyak 17 juta yang menjadi nasabah. Pada juni 2022

pengguna BSI *mobile* mencapai 4,07 juta. Artinya dari jumlah nasabah bank BSI yang menggunakan BSI *Mobile* hanya sebesar 4,17% dari total nasabah BSI (Bankbsi.co.id, 2022)

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada 10 masyarakat muslim di Kec. Tulung Kab. Klaten 7 orang yang tidak minat menggunakan BSI *mobile* dikarenakan sudah memiliki *mobile banking* yang lain. Dan 2 orang minat menggunakan BSI *mobile* karena sudah memiliki rekening di Bank Syariah Indonesia, dan 1 orang sudah pernah memiliki BSI *mobile*.

Dalam menarik minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat, Ajzen (1991) yang dengan dikenal dengan *Theory Of Planned Behavior* (TPB), digunakan sebagai landasan dalam mengukur minat penggunaan suatu teknologi. Variabel yang mempengaruhi minat penggunaan yaitu, sikap, norma subjektif, dan persepsi perilaku kontrol. dan pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel kepercayaan.

Faktor yang menjadi penentu adalah sikap, sikap menurut Ajzen, (1991) adalah tingkat dimana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu. Sikap dalam hal ini mengetahui informasi atau melihat seseorang yang menurut individu tersebut positif atau negatif. Sikap tercipta dari perbuatan dan tindakan berdasarkan keyakinan yang dimiliki.

Faktor kedua norma subjektif adalah pertimbangan individu terhadap individu lain untuk melakukan atau tidak tindakan individu tersebut Ajzen (1991). Dalam hal ini tekanan sosial yang menyebabkan individu tersebut mengikuti atau termotivasi

untuk melakukan perilaku tersebut atau tidak dalam hal penggunaan teknologi informasi.

Selanjutnya persepsi kontrol perilaku diartikan oleh ajzen (1991) sebagai keyakinan atau kepercayaan jika suatu perilaku tersebut mudah atau memiliki hambatan dilakukan dibawah kontrol individu. Dalam hal ini kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi informasi .

Kepercayaan merupakan keadaan yang mengarah kepada keyakinan dalam bertransaksi di internet, menjaga kepentingan transaksi penerima layanan, menjaga komitmen untuk melayani penerima layanan dan memberikan manfaat bagi penerima layanan tersebut.(Aditya Widjana & Rachmat, 2011)

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Destianti, Hidayat & Srisusilawati, (2019), yang menunjukkan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-money berbeda dengan penelitian Eva, Imam dan Aulia, yang menunjukkan bahwa sikap terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Surabaya tidak memiliki pengaruh positif. Yang berbeda dari penelitian ini adalah variabel kemudahan penggunaan dan kemanfaatan (Destianti et al., 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Durman & Musdholifah (2020), yang menggunakan variabel sikap norma subjektif, berpengaruh signifikan terhadap *intention to use OVO*, sedangkan penelitian dari Monica & Tama (2017), yang memperlihatkan bahwa variabel norma subjektif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-commerce.*, (Monica & Tama, 2017)

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amalia (2018) menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paytren*, sedangkan penelitian Aboelmage & Gebba (2013) menunjukkan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku tidak memiliki pengaruh terhadap adopsi *mobile banking* (Aboelmage & Gebba, 2013)

Penelitian sebelumnya yang membahas tentang variabel kepercayaan dengan studi kasus generasi *milenial*, Fani Fatonah & Christiawan Hendratmoko (2020) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Durman & Musdholifah (2020), kepercayaan terhadap *intention to use* OVO. variabel, kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap *intention to use* OVO (Durman & Musdholifah, 2020).

Perbedaan dari penelitian sebelumnya, penelitian ini memiliki perbedaan dalam segi objek sebagaimana penulis hanya fokus untuk penelitian masyarakat muslim yang minat menggunakan BSI Mobile. Dan perbedaan terletak pada metode analisis data penelitian terdahulu menggunakan analisis data *Partial Least Square* (PLS), pada penelitian ini menggunakan regresi linear berganda.

Alasan peneliti menjadikan lokasi penelitian di Kecamatan. Tulung Kabupaten Klaten. Karena belum banyak penelitian yang membahas minat menggunakan BSI *mobile* Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Dan di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten belum ada kantor ataupun ATM Bank Syariah Indonesia. Dengan menggunakan *mobile banking* memudahkan masyarakat muslim di Tulung

dalam bertransaksi tanpa harus datang langsung ke bank . Masyarakat Tulung yang mayoritas beragama islam dan berminat menggunakan *BSI Mobile* yang menjadi alasan penulis untuk menjadikan sebagai objek penelitian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Persepsi Kontrol Perilaku Dan Kepercayaan Terhadap Minat menggunakan *BSI Mobile* Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sedikitnya pengguna aplikasi perbankan dengan presentase 39% dibandingkan dengan aplikasi yang lain, seperti aplikasi *chatting*, *e-commerce* dan sosial media dengan presentase diatas 90%.
2. Nasabah bank syariah indonesia Per juni 2022 sebanyak 17 juta akan tetapi pengguna bsi perjuni 2022 sebesar 4.07 juta. dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengguna bsi mobile masih tergolong rendah dibandingkan nasabah bank syariah indonesia.
3. Hasil observasi yg dilakukan pada masyarakat muslim kecamatan tulung kabupaten klaten menunjukkan Masih rendahnya pengguna *BSI mobile* di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

4. Pengguna masih ada kendala dan masih mengeluhkan pada saat penggunaan *BSI mobile* hal ini dapat dilihat dari ulasan yang diberikan oleh pengguna *BSI mobile* pada Appstore.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berikut ini merupakan batasan masalah bertujuan untuk membatasi masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh dari Sikap, Dan Norma Subjektif, dan Kepercayaan sebagai variabel independen dan minat menggunakan *BSI mobile* sebagai variabel dependen.
2. Objek penelitian kali ini merupakan masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Penulis dapat menemukan rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah sikap memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten?
2. Apakah norma subjektif memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *BSI mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten?

3. Apakah persepsi perilaku kontrol memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh sikap terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.
2. Mengetahui pengaruh norma subyektif terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.
3. Mengetahui pengaruh persepsi perilaku kontrol terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.
4. Mengetahui kepercayaan pengaruh berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini mempunyai 2 manfaat, yaitu manfaat akademis dan manfaat praktis yaitu, sebagai berikut :

## 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai penggunaan mobile banking dalam perbankan syariah.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi bank syariah : sebagai pertimbangan dari pihak bank dalam menjaga dan meningkatkan kepercayaannya pada nasabah.
- b. Bagi masyarakat muslim : sebagai ilmu untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai perbankan syariah khususnya dalam penggunaan *mobile banking*.

### **1.7 Sistematika Penelitian**

Penelitian ini akan disusun dengan sistematika secara berurutan. Kerangka akan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dikemukakan mengenai masih minimnya minat masyarakat muslim untuk menggunakan BSI *mobile* dijelaskan melalui Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat, Dan Sistematika Penulisan.



## BAB II LANDASAN TEORI

Akan dijelaskan mengenai kajian teori, yang meliputi teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian yang diangkat oleh penulis mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan BSI *mobile*. Teori tersebut meliputi sikap, norma subyektif, kepercayaan, dan minat dari BSI *mobile*. Penelitian yang relevan, kerangka berpikir, dan hipotesa.

## BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan secara global waktu dan pelaksanaan, jenis penelitian populasi, sampel, teknik pengumpulan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian, dan teknik analisis data.

## BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian hasil analisa dengan menggunakan teori-teori. Uraian tersebut berisi gambaran penelitian serta pembahasannya dan pembuktian hipotesis.

## BAB V PENUTUP

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil analisa data yang telah diolah oleh peneliti. Serta akan ditulis keterbatasan peneliti dalam penelitian tersebut, dan juga saran.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### ***2.1 Theory Of Planned Behavior (TPB)***

##### **2.1.1 Pengertian**

TPB (Theory Of Planned Behaviour) merupakan pengembangan dari teori sebelumnya yaitu TRA (Theory Reasoned Action) oleh Ajzen pada tahun (1991). Teori ini dibuat berdasarkan dengan anggapan bahwa manusia adalah makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang ada. Menurut gagasan ini, ajzen menambahkan variabel baru yang menjelaskan keadaan individu yang tidak memiliki kontrol pada perilaku yang diinginkan variabel ini disebut persepsi kontrol perilaku (Jogiyanto, 2007).

Pada TPB, Ajzen, mengemukakan bahwa perilaku didasari pada niat individu untuk melakukan suatu kegiatan tertentu. Dalam TPB , sikap (*attitude*) dan norma subjektif (*subjective norms*) adalah dua komponen yang menentukan minat, kemudian ditambahkan dengan unsur persepsi kontrol perilaku yang dapat mempengaruhi minat perilaku yang dimana nantinya akan mempengaruhi perilaku. Oleh karena itu, individu diasumsikan bertindak tidak hanya berdasarkan persepsi dirinya sendiri, akan tetapi juga berdasarkan pendapat orang lain terhadap apa yang harus ia lakukan dan juga kontrol atas perilaku yang diinginkan. (Jogiyanto, 2007).

## **2.2 Self Service Technology**

### **2.2.1 Pengertian Self Service Technology**

*Self Service Technology* merupakan teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk berinteraksi ataupun melakukan pelayanan secara mandiri seperti halnya layanan yang dilakukan oleh karyawan secara langsung (Meuter et al., 2000). Penerapan teknologi ini digunakan oleh sebuah bank untuk mempertahankan dan memberikan kepuasan pada nasabah serta untuk bersaing secara kompetitif dengan bank lainnya, seperti *mobile banking*, *internet banking*, *on-line system*, dan ATM (*Automatic Teller Machine*). (Wicaksono, 2015).

### **2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Self-Service Technology**

Keputusan nasabah untuk menggunakan teknologi yang ditawarkan oleh pihak bank dipengaruhi oleh seberapa baik hubungan komunikasi antara bank dan nasabah. Menurut Hsieh (2005), faktor-faktor yang perlu diperhatikan saat memanfaatkan *self service technology* meliputi :

1. kualitas produk, layanan yang ditawarkan oleh pihak bank, biaya produk, presentasi dan layanan, desain teknologi,
2. perusahaan menangani dan mencegah kegagalan *self service technology*, kemajuan teknologi, opsi alternatif untuk layanan tertentu, dan
3. kemampuan perusahaan untuk terus menerapkan inovasi baru (Wicaksono, 2015).

## **2.3 Minat**

### **2.3.1 Pengertian Minat**

Menurut Jogiyanto (2007) Minat merupakan keinginan nasabah untuk menggunakan atau menggunakan kembali internet banking di masa depan. Pada penelitian ini, terfokus pada keinginan masyarakat muslim untuk menggunakan BSI *mobile*

Definisi tersebut didukung oleh Kotler dalam (Angelina, 2020.) minat adalah seseorang yang terstimulasi oleh suatu produk yang diamatinya, kemudian muncul rasa ingin tahu untuk mencoba produk tersebut, dan yang kemudian diikuti menjadi keinginan untuk membeli dan dapat mempunyai produk tersebut. Dapat disimpulkan minat merupakan dorongan rasa keingintahuan seseorang untuk mencoba atau menggunakan sebuah inovasi produk.

Minat yang muncul menciptakan motivasi pada saat pembelian yang menjadi sebuah kegiatan sehingga seorang individu harus memenuhi kebutuhannya, maka individu tersebut akan merealisasikan apa yang ada di dalam pikirannya (Ferdinand, 2014)

### **2.3.2 Indikator Minat**

Menurut (Ferdinand, 2014:189) indikator-indikator minat adalah sebagai berikut:

1. Minat transaksional : kecenderungan individu untuk memiliki atau membeli suatu produk.
2. Minat referensial : kecenderungan individu untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial : minat berdasarkan preferensi seseorang terhadap suatu produk, preferensi terhadap produk bahwa produk tersebut sedang diinginkan dan seseorang tersebut membutuhkannya.
4. Minat eksploratif ; minat ini membantu untuk mencari informasi tentang suatu produk dan mencari informasi tentang bagaimana mendapatkan umpan balik positif tentang produk itu.

Menurut (Ajzen, 1991) dalam *Theory Of Planned Behavior* faktor yang dapat diyakini mempengaruhi minat seseorang dalam berperilaku yaitu sikap (attitude), norma subjektif (*subjective norm*), dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

## **2.4 Sikap (*Attitude*)**

### **2.4.1 Pengertian Sikap**

Sikap (*attitude*) menurut Jogiyanto (2007) adalah perasaan yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu tindakan atau objek tertentu, perilaku dapat dievaluasi dengan menerima atau menolak, baik atau buruk untuk melakukan suatu tindakan dari pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki.

Sikap menurut Fishbein dan Ajzen (1980) didefinisikan sebagai perasaan positif atau negatif seseorang tentang sebuah perilaku. Sedangkan Menurut (Davis & Davis, 1989) sikap yaitu cerminan perasaan atas penilaian kinerja dari target perilaku yang sudah dilakukan, yaitu perasaan suka atau tidak suka. Oleh karena itu, sikap menjadi faktor yang mempengaruhi minat atau keinginan seseorang dalam melakukan sesuatu (Fathinah & Baridwan, 2013).

Fishbein dan Ajzen (1977), berpendapat bahwa di dalam sikap memiliki dua hal; *Behavior Belief* merupakan keyakinan atau kepercayaan individu terhadap perilaku yang akhirnya akan mendorong terbentuknya sikap, dan *Evaluation of behavioral belief* adalah tingkat dimana individu memiliki penilaian positif dan negatif terhadap perilaku tertentu berdasarkan keyakinan yang dimilikinya (Ajzen & Fishbein, 1977)

#### **2.4.2 Indikator Sikap**

Menurut Ajzen (1991), sikap memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Menggunakan teknologi informasi adalah ide yang bijak.
2. Menggunakan teknologi informasi adalah ide yang baik
3. Menggunakan informasi teknologi adalah ide yang bermanfaat
4. Suka menggunakan teknologi informasi

## 2.5 Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

### 2.5.1 Pengertian Norma Subjektif

Taylor and Todd (1995), norma subjektif merupakan pendapat yang berasal dari orang lain, pengaruh atasan, dan pengaruh teman. Sehingga orang yang akan menggunakan mungkin memiliki persepsi yang baik atau tidak baik pada penggunaan sistem teknologi disebabkan pengaruh dari persepsi dari orang terdekat, relasinya atau teman-teman (Yolanda & Widijoko, 2014). Norma subjektif merupakan persepsi individu untuk mempertimbangkan akan melakukan perilaku atau tidak melakukan perilaku yang dipengaruhi oleh kepercayaan dari orang lain terhadap minat untuk melakukan suatu tindakan (Jogiyanto, 2007).

Ajzen (1991:188) mengemukakan norma subjektif yaitu pengaruh sosial dan pendapat dari orang lain mengenai tekanan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut (Pradita & Munari, 2021).

Fishbein dan Ajzen dalam (Yousafzai et al., 2010) norma subjektif adalah fungsi dari seperangkat keyakinan yang disebut keyakinan normatif, *normative belief* merupakan keyakinan yang berkaitan dengan kemungkinan individu atau kelompok referensi penting akan menyetujui atau tidak menyetujui dalam melakukan tindakan. *Motivation to apply* motivasi individu untuk mengikuti referensi dari orang-orang disekitarnya dalam dilakukannya atau tidak perilaku tersebut.

## 2.5.2 Indikator Norma Subjektif

Menurut (Ajzen, 1991), norma subjektif memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Adanya pendapat orang terdekat
2. Adanya pendapat Orang terdekat mempengaruhi saya
3. Adanya pendapat Orang disekitar yang pendapatnya saya hargai

## 2.6 Persepsi Kontrol Perilaku

### 2.6.1 Pengertian Persepsi Kontrol Perilaku

Menurut Jogiyanto (2007) *perceived behavioral control* mengindikasikan bahwa motivasi seseorang untuk berperilaku ditentukan oleh bagaimana ia mempersepsikan tingkat kemudahan atau kesulitan untuk berperilaku.

Menurut Ajzen persepsi kontrol perilaku atau dapat disebut dengan kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu (Ramadhani, 2011)

*Perceived Behavioral Control* (PBC) yaitu penilaian seseorang mengenai tingkat mudah hingga sulitnya melakukan perilaku tersebut melalui apa yang dirasakannya. *Perceived Behavioral Control* ataupun kontrol perilaku yang dirasakan merupakan perasaan seseorang saat menilai perilaku



serta hambatan atau masalah yang telah dilakukan serta dihadapinya di masa lalu(Pradita & Munari, 2021).

### **2.6.2 Indikator Persepsi Kontrol Perilaku**

Menurut Ajzen (1991), persepsi kontrol perilaku memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. Memiliki kemampuan untuk menggunakan
2. Memiliki pengetahuan untuk menggunakan
3. Memiliki sumber daya untuk menggunakan

## **2.7 Kepercayaan**

### **2.7.1 Pengertian Kepercayaan**

Kepercayaan pada *mobile banking* merupakan faktor penting yang harus dijaga oleh pelaku bisnis. Kepercayaan adalah tingkat keyakinan individu pada pihak yang dipercayai akan melakukan segala kewajibannya dengan baik sesuai dengan yang diharapkan (Rodiah & Melati, 2020).

Menurut Ba dan Pavlou (2002) kepercayaan merupakan penilaian antara relasi individu dengan pihak lain yang melakukan transaksi tertentu dengan adanya harapan dari sebuah keadaan yang penuh dengan ketidakpastian. Kepercayaan merupakan penilaian oleh seseorang yang telah memperoleh, memproses informasi yang menghasilkan banyak penilaian dan anggapan dari situasi yang tidak pasti (Pratama&Saputra, 2019).

Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan yang mengarah pada kepercayaan dalam bertransaksi di internet, menjaga kepentingan transaksi penerima layanan, menjaga komitmen untuk melayani penerima layanan dan memberikan manfaat bagi penerima layanan tersebut.(Aditya Widjana & Rachmat, 2011)

Kepercayaan menurut Arifin (2011) dalam (Fatonah & Hendratmoko, 2020) dapat diartikan keyakinan jika pihak yang menyediakan jasa dapat menggunakannya sebagai alat untuk menjalin komunikasi jangka panjang dengan konsumen yang akan dilayani. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat disimpulkan kepercayaan merupakan keyakinan masyarakat untuk menggunakan layanan jasa dengan pelaku bisnis.

### **2.7.2 Indikator Kepercayaan**

Penjelasan mengenai indikator dari variabel kepercayaan (*trust*) menurut (Aditya Widjana & Rachmat, 2011) sebagai berikut:

1. Percaya bahwa perusahaan memberikan informasi produk yang sebenarnya pada pelanggan.
2. Percaya jika produk perusahaan bisa memenuhi kebutuhan penerima layanan.
3. Percaya jika perusahaan peduli pada saat penerima layanan mengalami masalah pada produknya

## **2.8 Hubungan Antar Variabel**

### **2.8.1 Hubungan Sikap Terhadap Minat**

Brown dan Stayman dalam (Razak, 2016), mengatakan pengenalan *brand* juga bisa mempengaruhi sikap dan kepercayaan secara langsung. Selanjutnya sikap dan kepercayaan mempengaruhi niat yang pada akhirnya mempengaruhi pembelian.

### **2.8.2 Hubungan Norma Subjektif Terhadap Minat**

Norma subjektif merupakan pandangan atau persepsi seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan pada individu lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan tindakan atau tidak melakukan tindakan yang sedang menjadi pertimbangannya (Jagiyanto, 2007).

### **2.8.3 Hubungan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat**

Perceived behavioral control mengacu pada seperangkat keyakinan tentang ada atau tidak adanya sumber daya dan peluang yang dapat memfasilitasi atau menghambat perilaku minat. Semakin besar kontrol perilaku yang dirasakan seseorang, semakin kuat pula keinginan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Ajzen, 1988). Dengan kata lain, semakin tinggi kontrol perilaku yang dirasakan dengan menggunakan uang elektronik, semakin kuat niat orang tersebut untuk menggunakan uang elektronik dan sebaliknya (Durman & Musdholifah, 2020).

#### **2.8.4 Hubungan Kepercayaan Terhadap Minat**

Ajzen (1991), menyatakan bahwa seseorang berminat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh kepercayaan. Individu akan memiliki minat menggunakan teknologi jika penyedia dan penerima layanan memiliki kepercayaan atau saling mempercayai dalam penggunaan layanan teknologi informasi tersebut.

#### **2.9 Mobile Banking Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

*Mobile banking* dari segi ekonomi islam merupakan setiap kegiatan individu yang didasarkan pada Allah SWT, dalam menjalankan perintah dari Allah SWT untuk memakmurkan bumi, sehingga dalam perekonomian umat islam harus mengutamakan keharmonisan dan kelestarian alam semesta. Dalam *mobile banking* transaksinya terbukti aman dikarenakan adanya sistem proteksi yang memiliki banyak perlindungan hukum, sehingga hak pengguna dalam transaksi *mobile banking* dapat terlindungi dan tidak dapat berlaku semena-mena tanpa pertanggung jawaban.

*Mobile banking* termasuk akad wakalah, akad wakalah merupakan perwakilan atau pelimpahan kekuasaan oleh satu pihak (mewakili) kepada pihak lain (wakil) dalam hal-hal yang boleh diwakilkan (Ascarya,2017). Dalam penerapan produk tersebut menggunakan akad wakalah dengan imbalan/fee terhadap penggunaan layanan jasanya, yang disesuaikan pada Fatwa DSN-MUI No.10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah. Pertama,pihak bank menjadi wakil dari nasabah: kedua, pihak bank

bertindak menjadi wakil dari provider untuk melakukan pekerjaan kemudian pihak bank akan mendapatkan imbalan/fee atas usaha yang dilakukan.

Dalam firman Allah surat Al Isra' : 25, yang artinya:

Artinya: *“Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya”*. (Al-Quran, Al-Isra: 35)

Al-Quran dalam surat Al-Isra Ayat 35 menerangkan bahwa sebuah transaksi yang sah apabila pihak yang terlibat dalam transaksi dapat memenuhi kewajiban yang berkaitan dengan resiko sebuah transaksi. Dalam hal ini individu dapat mengakses atau melakukan transaksi *Mobile Banking* sah jika pihak yang terlibat pada transaksi tersebut memenuhi kewajiban yang berkaitan dengan risiko sebuah transaksi (Miftahuddin & Hendarsyah, 2019).

## 2.10 Penelitian Yang Relevan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Yudhi W. Arthana R & Novi Rukhviyanti (R & Rukhviyanti, 2015)	Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking (m-banking): model kombinasi teknologi acceptance	Persamaan variabel sikap, norma subjektif, persepsi perilaku kontrol dan minat menggunakan	perbedaan dari penelitian ini adalah variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, persepsi perilaku kontrol. pada objek penelitian dimana pada	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sikap berpengaruh terhadap minat individu menggunakan mobile banking. Norma subjektif berpengaruh terhadap minat individu

		model (TAM) dan theory of planned behavior		penelitian ini yang menjadi objek masyarakat muslim di Tulung.	menggunakan mobile banking. Sedangkan persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh terhadap minat individu menggunakan mobile banking.
2.	Nina Monica & Annafi Indra Tama (2017) (Monica & Tama, 2017)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Electronic Ecommerce</i>	Persamaan Variabel norma subjektif, kepercayaan dan minat .	Perbedaan Variabel Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi dan Kenyamanan. Metode teknik analisis PLS ( <i>Partial least square</i> ) melalui aplikasi Smart PLS.	Hasil penelitian membuktikan bahwa bahwa variabel norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-commerce</i> . variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>e-commerce</i> .
3.	Theodosia Yunita Durman & Musdholifah Musdholifah (2020) (Durman	Integrasi <i>Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior</i> Terhadap	Persamaan variabel sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku kepercayaan	Perbedaan dari penelitian ini variabel kemudahan penggunaan, kemanfaatan, compability, security dan	Hasil penelitian menunjukkan adanya Sikap berpengaruh positif terhadap <i>intention to use OVO</i> Norma subjektif

	& Musdholifah, 2020)	<i>Intention To Use Mobile Paymet</i> (Studi Kasus Pada Pengguna Ovo Di Surabaya)	dan minat	persepsi perilaku kontrol. Metode teknik analisis PLS	berpengaruh positif terhadap <i>intention to use OVO</i> . Sedangkan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap <i>intention to use OVO</i> . Sedangkan kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap <i>intention to use OVO</i> .
4.	Kiseol Yang (2012) (Yang, 2012)	<i>Consumer Technology Traits In Determining Mobile Shopping Adoption: An Application Of The Extended Theory Of Planned Behavior.</i>	Persamaan terdapat variabel sikap, variabel norma subjektif, Dan persepsi kontrol perilaku variabel minat	perbedaannya pada penelitian ini terdapat variabel persepsi kemanfaatan, persepsi <i>enjoyment</i> ,	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile shopping</i> . Norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile shopping</i> .

					Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile shopping</i>
5.	Mohamed Gamal Aboelmaged & Tarek R Gebba (2013) (Aboelmaged & Gebba, 2013)	<i>Mobile Banking Adoption: An Examination Of Technology Acceptance Model And Theory Of Planned Behavior</i>	Persamaan terdapat variabel sikap, variabel norma subjektif, variabel persepsi kontrol perilaku	Perbedaan pada penelitian ini variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel persepsi kemanfaatan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi <i>mobile banking</i> . Norma subjektif pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi <i>mobile banking</i> . Persepsi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi <i>mobile banking</i>
6.	Siti Nur Annisa Amalia (2018) (Amalia, 2018)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap <i>Financial Technology</i> Syariah Paytren	Persamaan . Pada penelitian ini variabel sikap, variabel norma subjektif, persepsi kontrol perilaku	Perbedaanya tidak terdapat variabel kemudahan penggunaan dan variabel kemanfaatan, pada penelitian.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paytren. Norma subjektif



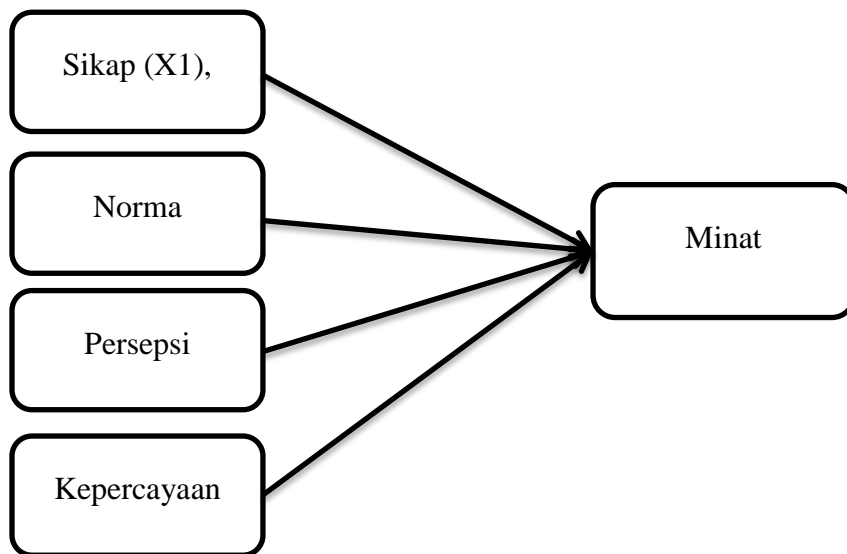
		Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> Dan <i>Theory Of Planned Behavior</i>  Menggunakan E-Money			tidak pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan paytren  Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan paytren.
7.	Fajar sodik, alifia nur zaida, &khusnul zulmiatu (2022) (Sodik et al., 2022)	Analisis minat menggunakan pada fitur pembelian mobile banking BSI: pendekatan TAM Dan TPB	Persamaan :  Variabel sikap, variabel norma subjektif variabel, persepsi kontrol perilaku dan minat menggunakan	Perbedaan ;  Variabel persepsi kemudahan penggunaan dan variabel kemanfaatan,	Hasil penelitian menunjukkan variabel sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada fitur pembelian BSI <i>mobile</i> .  Variabel norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada fitur pembelian BSI <i>mobile</i> .  Variabel Persepsi kontrol perilaku

					memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pada fitur pembelian BSI <i>mobile</i> .
8.	Nour Mohammad Yaghubi & Ebrahim Bahmani (2010) (Yaghoubi & Bahmani, 2010)	<i>Faktors Affecting The Adoption Of Online Banking An Integration Of Teknologi Acceptance And Theory Of Planned Behavior</i>	Persamaan : Terdapat Variabel sikap, variabel norma subjektif, persepsi kontrol perilaku	Perbedaan ; variabel kemanfaatan, kemudahan penggunaan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>online banking</i> . Norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>online banking</i> . Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>online banking</i> .
9.	Syed Shah Alam, Nor Asiah Omar, Ahmad Azmi Mohd	<i>Integrating TPB , TAM and DOI Theories : An Empirical Evidence</i>	Persamaan : Terdapat. Variabel sikap, variabel norma subjektif, <i>perceived</i>	Perbedaan : Variabel <i>relative advantage</i> . <i>perceived ease of use</i> , <i>compability</i> ,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki berpengaruh positif dan signifikan

	Ariffin, Nik Mohd Hazrul Nik Hashim, (2017)	<i>for the Adoption of Mobile Banking among Customers in Klang Valley , Malaysia</i>	<i>behavior control,</i>	<i>triability, dan perceived risk</i>	terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. menggunakan <i>online banking</i> .
10.	Walid Chauoali dan Kamel El Hedhli, (2019) (Chaouali & Hedhli, 2019)	<i>Toward a contagion-based model of mobile banking adoption</i>	Persamaan: Variabel sikap, Variabel <i>trust</i>	Perbedaan : <i>coercive pressure, normative pressure, mimetic pressure.</i> dan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> . Variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>adoption mobile banking</i> .

## 2.11 Kerangka Berpikir

Sebagai gambaran pada penelitian ini dengan variabel Sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3), kepercayaan (X4) dan minat menggunakan (Y). adapun kerangka berpikir dapat digambarkan penulis sebagai berikut :



Sumber: (Amalia, 2018) yang telah dimodifikasi

## 2.12 Hipotesis

### 2.12.1 Pengaruh Sikap Terhadap Minat menggunakan BSI Mobile

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan (Alam et al., 2018) sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Sikap pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *BSI mobile*.

### **2.12.2 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile**

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Vuong et al., 2020) norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking BSI*

### **2.12.3 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Minat menggunakan BSI Mobile**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Amalia, 2018) Persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *paytren*. Maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Persepsi kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking BSI*

### **2.12.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Fatonah & Hendratmoko, 2020) Menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-money*. Maka dapat ditentukan hipotesis sebagai berikut:

H4 : kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking BSI*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pengalaman empiris yang digunakan untuk meneliti sampel tertentu pengumpulan datanya menggunakan angka yang datanya harus valid untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. (Sugiyono, 2015).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini berada di wilayah Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, dengan responden masyarakat muslim yang berpeluang menggunakan BSI mobile. Waktu yang digunakan dalam penelitian proposal ini sejak bulan Oktober sampai dengan bulan maret 2023.

#### **3.3 Populasi dan Sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah bidang umum yang terdiri dari objek/subyek yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu yang diidentifikasi oleh peneliti dan kemudian ditarik ke kesimpulan. Oleh karena itu, yang menjadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga benda dan benda alam lainnya. Populasi juga bukan

sekedar jumlah yang ada pada objek tetapi mencakup semua karakteristik yang dimiliki oleh objek tersebut. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Jumlah masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten adalah 54.769 (BPS, 2020).

### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2015) Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut.. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi tersebut harus benar-benar representatif (mewakili) Apabila populasi besar dan dipelajari dari sampel tersebut kesimpulannya dapat diberlakukan untuk seluruh bagian populasi.

Jumlah sampel dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Standart Error 10%

$$n = \frac{54.769}{1+54.679(0,1)^2}$$



$$n = \frac{54.769}{547,79}$$

$n = 99,98$  dibulatkan menjadi 100, jadi jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini menjadi 100 orang.

### **3.4 Teknik Pengambilan Sampel**

Sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan Probability Sampling dan Nonprobability Sampling. Sampling Purposive adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015).

Adapun kriteria dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Masyarakat muslim yang berdomisili di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten
2. Berusia 17-40 tahun
3. Mengetahui dan berminat menggunakan BSI mobile sebelumnya

### **3.5 Data dan Sumber**

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan oleh penulis secara langsung dari sumber pertama. Data primer diperoleh dari pengisian kuesioner dari penulis kepada responden dimana responden tersebut merupakan masyarakat muslim Tulung.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dokumentasi, data yang diterbitkan, atau data yang digunakan oleh organisasi. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang berkaitan dengan penelitian seperti, buku, jurnal yang terkait penelitian ini.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

#### 1. Metode Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan dari berbagai fenomena situasi/kondisi yang terjadi. (Kurniawan & Zahra Puspitaningtyas, 2016)

#### 2. Metode Kuesioner

Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner/ angket. Kuesioner merupakan suatu rangkaian pertanyaan yang berhubungan dengan tema penelitian tertentu yang diberikan kepada sekelompok individu dengan maksud untuk memperoleh data (Yusuf, 2017).

Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert agar menghasilkan data yang akurat. menurut Sugiyono (2015) Skala Likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang mengenai fenomena sosial.

Tabel 3.1

## Skala Likert

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

Sumber: Sugiyono (2015)

### 3. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumentasi yang dimiliki oleh sumber data.

## 3.7 Variabel Penelitian

### 1. Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubahnya atau terjadinya suatu variabel (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), Persepsi kontrol perilaku (X3) dan Kepercayaan (X4).

## 2. Variabel Dependen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel atau hasil yang dipengaruhi oleh variabel independen. Pada penelitian ini adalah Minat Menggunakan (Y).

### 3.8 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Sikap (X1)	Sikap adalah penilaian seseorang akan positif atau negatif setelah melakukan perilaku tertentu (Ajzen,1991).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan teknologi informasi adalah ide yang bijak.</li> <li>2. Menggunakan teknologi informasi adalah ide yang baik</li> <li>3. Menggunakan informasi teknologi adalah ide yang bermanfaat</li> <li>4. Suka menggunakan teknologi informasi (Ajzen, 1991)</li> </ol>
Norma subjektif (X2)	Norma subjektif merupakan tekanan sosial yang dapat mendorong seseorang untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orang terdekat saya berpikir saya harus menggunakan teknologi informasi</li> <li>2. Orang terdekat saya mempengaruhi untuk menggunakan teknologi informasi</li> <li>3. Orang disekitar yang pendapatnya saya hargai ingin saya</li> </ol>

		menggunakan teknologi informasi (Ajzen, 1991).
Persepsi kontrol perilaku (X3)	Persepsi kontrol perilaku merupakan persepsi seseorang terkait mudah atau sulit untuk melakukan perilaku tertentu (Ajzen, 1991).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki kemampuan menggunakan sistem teknologi informasi</li> <li>2. Memiliki pengetahuan untuk menggunakan teknologi informasi</li> <li>3. Memiliki sumber daya untuk menggunakan teknologi informasi (Ajzen, 1991)</li> </ol>
Kepercayaan (X4)	Kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan yang mengarah pada kepercayaan dalam bertransaksi di internet, menjaga kepentingan transaksi penerima layanan, menjaga komitmen untuk melayani penerima layanan dan memberikan manfaat bagi penerima layanan tersebut. (Aditya Widjana & Rachmat, 2011)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Percaya bahwa perusahaan memberikan informasi yang sebenarnya</li> <li>2. Percaya jika produk perusahaan bisa memenuhi kebutuhan.</li> <li>3. Percaya jika perusahaan mengatasi masalah pada produknya (Aditya Widjana &amp; Rachmat, 2011)</li> </ol>
Minat (Y)	Minat yang muncul pada saat melakukan pembelian yang akan menciptakan suatu motivasi yang terekam pada benaknya setelahnya menjadi suatu kegiatan yang kuat dan pada akhirnya seorang	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minat transaksional</li> <li>2. Minat referensial</li> <li>3. Minat preferensial</li> <li>4. Minat eksploratif (Ferdinand, 2014:189)</li> </ol>

	<p>konsumen harus memenuhi kebutuhannya, maka seorang konsumen tersebut akan merealisasikan apa yang ada dibenaknya (Ferdinand, 2014)</p>	
--	---	--

### 3.9 Analisis Data

#### 3.9.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang dipakai untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul apa adanya tanpa memiliki maksud membuat kesimpulan yang berlaku secara umum.

#### 3.9.2 Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011) Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang telah diteliti. Uji validitas menggunakan metode korelasi pearson untuk mencari r hitung yang nantinya akan dibandingkan dengan r tabel. Variabel dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data yang reliabel. Pada pengujian ini memakai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0.70 (Ghozali, 2011)

### 3.9.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2011) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Menguji data mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat *Normal Probability Plot*. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal..

#### 2. Uji Monokolinearitas

Untuk menguji adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui Variance Inflation Factor (VIF)  $< 10,00$  dan tolerance  $> 0.10$ . Variabel sikap (X1) dengan nilai VIF, variabel norma subjektif (X2) dengan nilai VIF, variabel persepsi kontrol perilaku (X3) dengan nilai VIF dan variabel kepercayaan (X4) dengan nilai VIF.

#### 3. Uji Heterokedastisitas

Keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian residualitas pada model regresi. Model regresi tidak terjadi masalah heterokedastisitas maka dikatakan baik. Dalam penelitian ini digunakan uji Spearman's rho. Apabila

sig. lebih besar dari 0,05 maka terbebas dari heteroskedastisitas. (Pramudani & Fitria 2021).

### 3.9.4 Uji Ketetapan Model

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur proporsi variabel independen yang mampu untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai adjusted R square. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keterkaitan antar variabel independen yaitu: Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3) dan kepercayaan (X4) (Ghozali, 2011).

#### 2. Uji Simultan F

Uji F digunakan mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, yaitu: Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3) dan kepercayaan (X4) dan Minat Menggunakan (Y). Dengan kriteria sebagai berikut:

- a.  $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$ , artinya tidak memiliki pengaruh signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.
- b.  $H_a : b_1 - b_3 > 0$ , menyatakan memiliki pengaruh signifikan dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.



### 3.9.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), persepsi kontrol perilaku (X3) dan kepercayaan (X4) dan Minat Menggunakan (Y). Dengan langkah berikut mencari persamaan regresi linear berganda dengan persamaan regresi linear ganda sebagai berikut ;

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat

$\alpha$  : Konstanta

$b_1$  : Koefisien regresi sikap

$x_1$  : Sikap

$b_2$  : Koefisien regresi norma subjektif

$x_2$  : Norma subjektif

$b_3$  : Koefisien regresi persepsi kontrol perilaku

$x_3$  : Persepsi kontrol perilaku

$b_4$  : Koefisien regresi kepercayaan

$x_4$  : Kepercayaan

$e$  : Standart eror

### 3.9.6 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar model regresi dari masing-masing variabel bebas secara individual dapat dibandingkannya nilai t hitung dengan t tabel dengan nilai signifikansi 0,05. Ho diterima jika nilai signifikansi 0,05 lebih kecil dari t hitung, tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikansi lebih besar dari t hitung maka Ho diterima, artinya variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap variabel dependen(Ghozali 2011).

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan penggunaan teknologi informasi di Indonesia. Kecanggihan teknologi informasi yang berkembang pesat saat ini dapat merubah pola hidup sebagian masyarakat untuk melakukan aktivitas secara cepat dan mudah menggunakan teknologi internet (Aini & Wijyantini, 2022).

*BSI Mobile* adalah fasilitas untuk melakukan aktivitas perbankan dengan leluasa oleh nasabah bank. Sejak pertama kali peluncuran aplikasi *BSI mobile* masih memiliki banyak kekurangan. Namun *BSI Mobile* masih berusaha untuk mengoptimalkan dan mengembangkan teknologinya untuk memberikan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi dan memberikan informasi dan menjaga keamanan data pengguna melalui aplikasi tersebut (Bancin & Jannah, 2022).

Pada penelitian ini menggunakan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) atau teori perilaku terencana sebagai dasar utama penentuan variabel pada penelitian ini yang bisa dianggap mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *BSI mobile*, dengan variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sikap norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Pada penelitian ini peneliti menambahkan variabel kepercayaan.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian merupakan masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, dengan jumlah sampel 100 responden. Pengambilan data pada penelitian ini dilakukan secara *face to face* dengan menyebarkan kuesioner dengan skala likert 1 sampai 5.

Data yang sudah dihasilkan diolah menggunakan SPSS (*statistical product and service solutions*) dengan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

## **4.2 Hasil Analisis Data**

### **4.2.1 Analisis Deskriptif**

#### 1. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 100 pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Berdasarkan data yang terkumpul akan dikelompokkan berdasarkan gender, usia, pekerjaan, dan pendapatan per bulan. Gambaran umum mengenai responden yang menjadi data pada penelitian ini dijelaskan melalui tabel.

## a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

## Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	26	26%
Perempuan	74	74%
Total	100	100%

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.1 responden terbanyak didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 74 orang dengan presentase sebesar 76%, sedangkan responden laki-laki hanya 26 orang dengan presentase sebesar 26%. Dalam hal ini menunjukkan jika perempuan lebih banyak yang minat menggunakan *BSI mobile* karena untuk melakukan transaksi pembayaran *e-commerce*.

## b. Data Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2

## Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
< 20 tahun	18	18%
21-30 tahun	64	64%
>30 tahun	18	18%
Total	100	100%

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan jika usia responden terbanyak dalam penelitian ini dengan usia bekisar 21 sampai 30 tahun, yaitu 64 orang dengan presentase sebesar 64%. Sedangkan data responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 18 reponden dengan presentase 18% dan repondenyang berusia diatas 30 tahun sebanyak 18 responden dengan prosentase 18%. Diketahui yang responden terbanyak berusia 21- 30 tahun hal ini karena pada usia tersebut lebih banyak yang mengakses internet.

c. Data responden Berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Usia	Jumlah Responden	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	48	48%
Pegawai Swasta	40	40%
Ibu Rumah Tangga	5	5%
Wirausaha	2	2%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat jika pekerjaan responden terbanyak pada penelitian ini dengan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa, yaitu 48 orang dengan presentase sebesar 48%. Sedangkan responden memiliki pekerjaan pegawai swasta sebanyak 40 responden dengan presentase 40%, responden yang menjadi ibu rumah tangga yaitu 5 orang dengan presentase

sebesar 5%, responden wirausaha hanya 3 responden dengan presentase 2% dan presentase 5% adalah yang memiliki pekerjaan lainnya. Diketahui responden yang paling banyak minat menggunakan BSI *mobile* mahasiswa dikarenakan mampu memenuhi kebutuhan transaksi mereka secara cepat.

d. Data responden berdasarkan pendapatan

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan pendapatan

Usia	Jumlah Responden	Presentase
< Rp. 1000.000	40	40%
Rp. 1000.000 - Rp. 3.000.000	43	43%
> Rp. 3.000.000	17	17%
Total	100	100%

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat jika pendapatan responden terbanyak dalam penelitian ini dengan pendapatan berkisar dibawah Rp.1.000.000, yaitu 43 orang dengan presentase sebesar 43%. Sedangkan responden yang berpendapatan berkisar antara Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp.3.000.000 sebanyak 40 responden dengan presentase 40% dan responden yang memiliki pendapatan diatas Rp. 3.000.000 sebanyak 17 responden dengan prosentase 17%. Hal ini diketahui jika yang memiliki pendapatan atau uang saku menengah keatas cenderung memiliki perangkat seluler sehingga banyak yang minat untuk menggunakan *mobile banking*.

## 2. Deskriptif Statistik

Tabel 4.5  
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. deviation
Sikap	8	20	15.40	2.741
Norma Subjektif	5	15	10.45	2.031
Persepsi kontrol perilaku	3	15	11.39	2.059
Kepercayaan	5	15	11.71	2.310
Minat	10	20	14.99	2.146

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Analisis deskriptif dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel sikap dengan nilai minimum sebesar 8 sedangkan nilai maximum sebesar 20 dengan nilai rerata masing-masing responden sebesar 15.40 dan standar deviasi pada variabel sikap sebesar 2,741.
- b. Variabel norma subjektif dengan nilai minimum sebesar 5 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dengan nilai rerata masing-masing responden sebesar 10,45 dan standar deviasi pada variabel norma subjektif sebesar 2,031.
- c. Variabel persepsi kontrol perilaku dengan nilai minimum sebesar 3 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dengan nilai rerata masing-masing responden sebesar 11,39 dan standar deviasi pada variabel norma subjektif sebesar 2,059



- d. Variabel kepercayaan dengan nilai minimum sebesar 5 sedangkan nilai maximum sebesar 15 dan nilai rerata masing-masing responden sebesar 11,71 dan standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 2,310.
- e. Variabel minat dengan nilai minimum sebesar 10 sedangkan nilai maximum sebesar 20 dan nilai rerata masing-masing responden sebesar 14,99 dan standar deviasi pada variabel minat sebesar 2,346..

#### 4.2.2 Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang hendak diukur dari variabel yang telah diteliti. Uji validitas menggunakan metode korelasi pearson untuk mencari r hitung yang nantinya akan dibandingkan dengan r tabel. Variabel dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel.. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari variabel-variabel yang telah diteliti.

##### a. Variabel Sikap

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Sikap

Indikator variabel	R hitung	R tabel	keterangan
X1.1	0,854	0,1966	Valid
X1.2	0,856	0,1966	Valid
X1.3	0,877	0,1966	Valid
X1.4	0,876	0,1966	Valid

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.6 dapat dilihat jika indikator pernyataan variabel sikap telah memenuhi syarat valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966).

b. Variabel Norma Subjektif

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Norma Subjektif

Indikator variabel	R hitung	R tabel	keterangan
X2.1	0,744	0,1966	Valid
X2.2	0,805	0,1966	Valid
X2.3	0.863	0,1966	Valid

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.7 menunjukkan indikator pernyataan variabel norma subjektif telah memenuhi syarat valid untuk semua item pernyataan berdasarkan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966).

c. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kontrol Perilaku

Indikator variabel	R hitung	R tabel	Keteramgan
X3.1	0,792	0,1966	Valid
X3.2	0,829	0,1966	Valid
X3.3	0.822	0,1966	Valid

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.8 menunjukkan indikator pernyataan variabel kepercayaan telah memenuhi syarat valid pada semua item pernyataan berdasarkan  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966).

## d. Variabel Kepercayaan

Tabel 4.9

## Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Indikator variabel	R hitung	R tabel	Keteramgan
X4.1	0,832	0,1966	Valid
X4.2	0,843	0,1966	Valid
X4.3	0.766	0,1966	Valid

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.9 menunjukkan indikator pernyataan variabel kepercayaan telah memenuhi syarat valid pada semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966).

## e. Variabel Minat

Tabel 4.10

## Hasil Uji Validitas Variabel Minat

Indikator variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
Y.1	0,664	0,1966	Valid
Y.2	0,781	0,1966	Valid
Y.3	0.808	0,1966	Valid
Y.4	0.711	0,1966	Valid

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.10 diatas dapat dilihat indikator pernyataan variabel minat telah memenuhi syarat valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari r tabel (0,1966).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data yang reliabel. Pada pengujian ini memakai Cronbach Alpha ( $\alpha$ ), kuesioner dikatakan reliabel

apabila nilai  $\alpha$  lebih besar dari 0.70. Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas dari variabel-variabel yang telah diteliti.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Sikap	0,888	Reliabel
Norma Subjektif	0,727	Reliabel
Persepsi Kontrol Perilaku	0,744	Reliabel
Kepercayaan	0,713	Reliabel
Minat	0,729	Reliabel

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* atas variabel sikap sebesar 0,888, variabel norma subjektif sebesar 0,727, variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 0,744, variabel kepercayaan sebesar 0,714, dan variabel minat sebesar 0,729. Sehingga dapat disimpulkan semua item variabel penelitian ini reliabel karena mempunyai nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0.70.

#### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Data yang diuji mempunyai distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat uji *kolmogorov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4.12

Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42037931
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.046
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat dapat jika nilai *unstandardized residual* memiliki nilai *asymp. Sig(2-tailed)* 0,200 > 0,05, sehingga data penelitian ini terdistribusi secara normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *tolerance* > 0.1. Berikut hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini.

Tabel 4.13  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Sikap	2.203	0.454	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Norma Subjektif	1.584	0.631	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Persepsi kontrol perilaku	1.595	0.627	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kepercayaan	1.013	0.987	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.13 menunjukkan jika nilai *VIF* atas variabel sikap sebesar 2,203, variabel norma subjektif sebesar 1,584, variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 1,595 dan variabel kepercayaan sebesar 1,013. Sehingga dapat disimpulkan masing-masing variabel independen penelitian mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) < 10.

Nilai tolerance atas variabel sikap sebesar 0,454, variabel norma subjektif sebesar 0,631, variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 0,627 dan variabel kepercayaan sebesar 0,987, > 0.10. sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linear berganda tidak terjadi multikolinearitas diantara variabel independen sehingga dapat digunakan pada penelitian ini.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian residual. Model regresi yang baik menyaratkan tidak adanya masalah heterokedastisitas Dalam penelitian ini

digunakan uji Spearman's rho. Apabila sig (2-tailed) > 0,05 pada uji Spearman's rho maka terbebas dari heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heterokedastisitas pada penelitian ini.

Tabel 4.14

## Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Sig (2-tailed)	Nilai Signifikasi	Keterangan
Sikap	0,873	0,05	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Norma Subjektif	0,914	0,05	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Persepsi kontrol perilaku	0,691	0,05	Tidak Terjadi heterokedastisitas
Kepercayaan	0,587	0,05	Tidak Terjadi heterokedastisitas

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai signifikasi atas variabel sikap sebesar 0,873 variabel norma subjektif sebesar 0,914, variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 0,691 dan variabel kepercayaan sebesar 0,587. Karena tingkat signifikasi > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

#### 4.2.4 Uji Ketetapan Model

##### 1. Uji Determinasi $R^2$

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur proporsi variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dilihat pada nilai adjusted R square. Berikut adalah hasil uji determinasi pada penelitian ini.

Tabel 4.15  
Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 <sup>a</sup>	.634	.618	1.44997

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Dapat diketahui koefisien determinasi sebesar 0,618, maka dapat disimpulkan bahwa hasil ini berarti variabel independen sikap, norma subjektif dan kepercayaan hanya menjelaskan sebesar 61,8% terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan sedangkan variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini menjelaskan sebesar 38,2% .

## 2. Uji Simultan F

Uji F digunakan bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, berikut hasil uji simultan (uji F).

Tabel 4.16  
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel independen	Nilai F hitung	Nilai Signifikasi	Keterangan
Sikap Norma Subjektif Persepsi Kontrol Perilaku Kepercayaan	41,055	0,000	Berpengaruh

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)



Berdasarkan tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel.pada penelitian ini F hitung sebesar 41,055 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,467. Nilai signifikasi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel independen.

#### 4.2.5 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.17

Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.896	1.224		1.549	.125		
Sikap	.164	.079	.192	2.080	.040	.454	2.203
Norma Subjektif	.562	.090	.487	6.225	.000	.631	1.584
Persepsi Kontrol Perilaku	.317	.089	.278	3.542	.001	.627	1.595
Kepercayaan	.093	.063	.092	1.465	.146	.987	1.013

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 4.17 uji analisis regresi diatas , maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,896 + 0,164 X_1 + 0,562 X_2 + 0,317 X_3 + 0,093 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Minat

$\alpha$  : Konstanta

$b_1$  :Koefisien regresi sikap

$x_1$ : Sikap

$b_2$ : Koefisien regresi norma subjektif

$x_2$ : Norma subjektif

$b_3$ : Koefisien regresi persepsi kontrol perilaku

$x_3$ : Persepsi kontrol perilaku

$b_4$ : Koefisien regresi kepercayaan

$x_4$ : Kepercayaan

$e$  : Standart eror

- a. Nilai konstanta sebesar 1,896 menunjukkan jika variabel sikap, norma subjektif, dan kepercayaan memiliki nilai nol maka minat menggunakan atau variabel dependen sebesar 1,896.
- b. Nilai koefisien beta pada variabel sikap sebesar 0,164, yang dapat diartikan semakin tinggi sikap positif yang diterima maka semakin tinggi minat untuk menggunakan sebesar 0,164.
- c. Nilai koefisien beta pada variabel norma subjektif sebesar 0,562, yang dapat diartikan semakin tinggi norma subjektif yang diterima maka semakin tinggi minat untuk menggunakan sebesar 0,562.
- d. Nilai koefisien beta pada variabel persepsi kontrol perilaku sebesar 0,317, yang dapat diartikan semakin tinggi persepsi kontrol perilaku yang diterima maka semakin tinggi minat untuk menggunakan sebesar 0,317.

- e. Nilai koefisien beta pada variabel kepercayaan sebesar 0,093, yang dapat diartikan semakin tinggi kepercayaan yang diterima maka semakin tinggi minat untuk menggunakan sebesar 0,093.

#### 4.2.6 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji model regresi dari masing-masing variabel bebas secara individual yaitu dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Berikut hasil dari uji t pada penelitian ini.

Tabel 4.18

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.896	1.224		1.549	.125
Sikap	.164	.079	.192	2.080	.040
Norma Subjektif	.562	.090	.487	6.225	.000
Persepsi Kontrol Perilaku	.317	.089	.278	3.542	.001
Kepercayaan	.093	.063	.092	1.465	.146

(Sumber: Data primer diolah SPSS, 2023)

Hasil tabel 4.18 uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh sikap terhadap minat menggunakan

Berdasarkan tabel 4.17 t hitung variabel sikap sebesar 2,080 sementara t tabel sebesar 1,985. Dapat diketahui  $2,080 > 1,985$  dan nilai

signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Maka dengan hipotesis H1 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sikap terhadap minat menggunakan.

**2. Pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan**

Berdasarkan tabel 4.17 t hitung variabel norma subjektif sebesar 6,225 sementara t tabel sebesar 1,985. Dapat diketahui  $6,225 > 1,985$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dengan ini hipotesis H2 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap minat menggunakan.

**3. Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat menggunakan**

Berdasarkan tabel 4.17 t hitung variabel norma subjektif sebesar 3,542 sementara t tabel sebesar 1,985. Dapat diketahui  $3,542 > 1,985$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ . Maka dengan ini hipotesis H3 diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan

**4. Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan**

Berdasarkan tabel 4.17 t hitung variabel norma subjektif sebesar 1,465 sementara t tabel sebesar 1,985. Dapat diketahui  $1,465 < 1,985$  dan nilai signifikan  $0,146 > 0,05$ . Maka dengan ini hipotesis H4 ditolak, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan.

### 4.3 Pembahasan Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan kepercayaan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*. Berikut adalah pembahasan mengenai pengaruh variabel yang digunakan pada penelitian ini.

#### 4.3.1 Pengaruh sikap terhadap minat menggunakan BSI *Mobile*

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel sikap adalah sebesar 2,080 hasil ini menunjukkan bahwa  $t$  tabel yaitu 1,985  $2,080 > 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,040 < 0,05$ . Nilai koefisien dari variabel sikap bernilai positif yaitu 0,164. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian, maka dengan ini H1 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh antara sikap terhadap minat menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

Menurut Jogiyanto (2007) sikap adalah perasaan yang dirasakan individu untuk menerima atau menolak suatu tindakan atau objek tertentu, perilaku dapat dievaluasi dengan menerima atau menolak, baik atau buruk untuk melakukan suatu tindakan dari pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki. Sedangkan menurut Ajzen sikap merupakan tingkat dimana seseorang memiliki evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku tertentu

Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara sikap dengan minat menggunakan. Hal sesuai dengan *Theory Of Planned Behaviour* (TPB) yang

menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang ada. Berdasarkan teori TPB menjadi dasar variabel sikap yang menjelaskan mengenai minat seseorang untuk menggunakan. Sikap dalam hal ini mengetahui informasi atau melihat seseorang yang menurut individu tersebut positif atau negatif

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sikap memiliki keterkaitan dengan minat individu untuk menggunakan *BSI mobile*. Sikap dalam hal ini mengetahui informasi atau melihat seseorang yang menurut individu tersebut positif atau negatif Seperti mencari informasi merupakan ide yang baik, bertransaksi menggunakan *BSI Mobile* akan memberi manfaat, dan akan terasa menyenangkan, jika semakin positif sikap yang diterima terhadap *BSI Mobile* maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan *BSI mobile*. Sehingga responden akan merasa senang dan dapat mempengaruhi minat dalam mempertimbangkan penggunaan *BSI mobile*.

Hasil Penelitian ini didukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Chaouali & Hedhli, 2019) dan (Sodik et al., 2022) menyatakan bahwa yang sikap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

### 4.3.2 Pengaruh norma subjektif terhadap minat menggunakan BSI

#### *Mobile*

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel norma subjektif adalah sebesar 6,225 dan menunjukkan nilai dari  $t$  tabel yaitu 1,985 ( $6,225 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien dari variabel norma subjektif bernilai positif yaitu 0,562. Hipotesis yang telah ditetapkan sesuai dengan hasil dari analisis penelitian, maka dengan ini H2 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara norma subjektif terhadap minat menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

Menurut Taylor and Todd (1995), norma subjektif merupakan pendapat yang berasal dari orang lain, pengaruh atasan, dan pengaruh teman. Sehingga orang yang akan menggunakan mungkin memiliki persepsi yang baik atau tidak baik pada penggunaan sistem teknologi disebabkan pengaruh dari persepsi dari orang terdekat, relasinya atau teman-teman. Sedangkan Ajzen (1991) mengemukakan norma subjektif yaitu pengaruh sosial dan pendapat dari orang lain mengenai tekanan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang ada. Berdasarkan teori TPB menjadi dasar variabel norma

subjektif berkaitan dengan kepercayaan pihak lain yang akan mempengaruhi minat untuk menggunakan.

Berdasarkan hasil penelitian ini norma subjektif memiliki keterkaitan dengan minat menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Dikarenakan responden di Tulung Klaten merasa pentingnya rekomendasi dari orang terdekat untuk menggunakan BSI *Mobile*, pengaruh dari orang terdekat, dan dari orang terdekat yang mereka hormati dalam hal ini ialah orang-orang yang sudah menggunakan terlebih dahulu BSI *Mobile*. Sehingga pengaruh dari orang terdekat juga membantu menyakinkan responden untuk menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Yang, 2012), (Aboelmaged & Gebba, 2013) dan (Sodik et al., 2022) yang menyatakan bahwa norma subjektif memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

#### **4.3.3 Pengaruh persepsi kontrol perilaku terhadap minat menggunakan BSI *Mobile***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel persepsi kontrol perilaku adalah sebesar 3,542 dan menunjukkan nilai dari  $t$  tabel yaitu 1,985 ( $3,542 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Nilai koefisien dari variabel persepsi kontrol perilaku bernilai positif yaitu 0,317. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian, maka dengan ini H3 diterima. Sehingga



dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kontrol perilaku terhadap minat menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

Menurut Jogiyanto (2007) *perceived behavioral control* mengindikasikan bahwa motivasi seseorang untuk berperilaku ditentukan oleh bagaimana ia mempersepsikan tingkat kemudahan atau kesulitan untuk berperilaku. Sedangkan, menurut Ajzen persepsi kontrol perilaku atau dapat disebut dengan kontrol perilaku adalah persepsi individu mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu.

Hasil penelitian ini sesuai dengan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa manusia adalah makhluk hidup yang memiliki akal untuk memilih perilaku mana yang akan dilakukan dengan mempertimbangkan pengetahuan yang ada. Berdasarkan teori TPB yang menjadi dasar variabel persepsi kontrol perilaku yang akan mempengaruhi minat untuk menggunakan.

Persepsi kontrol perilaku memiliki keterkaitan dengan minat menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Dikarenakan responden di Tulung Klaten, seseorang akan menggunakan karena memiliki kemampuan dan pengetahuan untuk menggunakan BSI *Mobile*, dan mereka memiliki sumberdaya, seperti tersediannya fasilitas teknologi seperti *handphone*, layanan internet yang akan menimbulkan kemampuan akan mempengaruhi minat untuk menggunakan BSI *Mobile*. Responden yang memiliki pengetahuan dan sumber daya akan meningkatkan

minat untuk menggunakan *BSI Mobile*. Sehingga seseorang akan memilih untuk menggunakan *BSI Mobile* dikarenakan memiliki kemampuan, pengetahuan dan sumberdaya yang ada.

Penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Durman & Musdholifah, 2020), dan (Sodik et al., 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

#### **4.3.4 Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai  $t$  hitung untuk variabel kepercayaan adalah sebesar 1,465 dan menunjukkan nilai dari  $t$  tabel yaitu 1,985 ( $1,465 < 1,985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,164 > 0,05$ . Nilai koefisien dari variabel kepercayaan bernilai positif yaitu 0,093. Hipotesis yang telah ditetapkan sejalan dengan hasil dari analisis penelitian, maka dengan ini  $H_4$  tidak didukung. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh positif dan tidak signifikan antara kepercayaan terhadap minat menggunakan *BSI mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten.

Menurut Ba dan Pavlou (2002) kepercayaan merupakan penilaian antara relasi individu dengan pihak lain yang melakukan transaksi tertentu dengan adanya harapan dari sebuah keadaan yang penuh dengan ketidakpastian. Individu akan memiliki minat menggunakan teknologi jika penyedia dan penerima layanan memiliki kepercayaan atau saling mempercayai dalam penggunaan layanan teknologi informasi tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan teori Compeau (1999) kepercayaan atau keyakinan menggunakan teknologi salah satu alasan untuk menawarkan teknologi baru, jika mereka tidak percaya atau tidak memiliki keyakinan sendiri untuk menggunakan teknologi, mereka mungkin tidak ingin menggunakan teknologi tersebut. Namun tidak sejalan dengan teori Ajzen (1991), menyatakan bahwa kepercayaan dapat mempengaruhi seseorang berminat untuk menggunakan suatu teknologi.

Berdasarkan penelitian ini kepercayaan tidak memiliki keterkaitan dengan minat individu menggunakan BSI *mobile* di kecamatan Tulung Kabupaten Klaten. Adanya trend yang semakin meningkat yang akan menyebabkan masyarakat terbiasa menggunakan layanan internet, banyak masyarakat yang mengabaikan kepercayaan dan hanya melihat dari sisi lain setelah dari manfaatnya sendiri yang sangat membantu dan dapat dikarenakan mungkin masyarakat belum merasa percaya jika BSI *Mobile* dapat memecahkan masalah yang terjadi pada sistem. Sehingga dapat disimpulkan jika dalam penelitian ini kepercayaan tidak merupakan faktor yang mempengaruhi minat menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian ini dapat mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Durman & Musdholifah, 2020) dan (Dzaki & Zuliestiana, 2022), yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan OVO.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh sikap, norma subjektif, persepsi kontrol perilaku dan kepercayaan terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, menunjukkan bahwa masyarakat jika semakin positif sikap yang diterima terhadap BSI *Mobile* maka akan semakin tinggi minat untuk menggunakan BSI *mobile* dan dapat mempengaruhi minat dalam mempertimbangkan penggunaan BSI *mobile*.
2. Norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, menunjukkan bahwa pentingnya rekomendasi dari orang terdekat jika akan menggunakan BSI *Mobile*, responden akan merasa terbantu saat mendapatkan rekomendasi dari orang terdekat yang mereka percaya dalam hal ini ialah orang-orang yang sudah menggunakan terlebih dahulu BSI *Mobile*. Selain itu rekomendasi orang terdekat juga membantu menyakinkan responden untuk menggunakan BSI *Mobile*.

3. Persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan BSI *Mobile* mobile pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, menunjukkan bahwa akan menggunakan BSI *mobile* jika mereka memiliki kemampuan untuk menggunakan *mobile banking* yang didukung dengan pengetahuan dan sumberdaya yang ada.
4. Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Tulung Kabupaten Klaten, menunjukkan bahwa jika mereka mengabaikan kepercayaan seiring dengan berkembangnya trend menggunakan *mobile banking* di masyarakat, akan mencoba untuk menggunakan BSI *mobile* dari sisi lain setelah dari manfaatnya sendiri yang sangat membantu.

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini telah diupayakan untuk dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang benar, namun masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Penelitian ini mengambil sampel hanya menggunakan 100 responden tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini hanya menggunakan empat variabel, tentunya masih kurang karena masih ada faktor- faktor lain yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi lebih banyak lagi.

### 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Bank Syariah Indonesia yang telah menjadi bank Syariah terbesar di Indonesia untuk terus memberikan kemudahan dan manfaat kepada pengguna agar merasa senang dan puas dalam menggunakan BSI Mobile dan akan digunakan secara terus menerus dalam jangka panjang serta merekomendasikan kepada orang lain.
2. Kepada peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap minat menggunakan BSI Mobile di masa yang akan datang, perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan BSI Mobile, meningkatkan variabel lain, dan menambah responden untuk berpartisipasi dalam penelitian.
3. Bagi masyarakat muslim yang akan menggunakan BSI Mobile harus tetap berhati-hati ketika menerima informasi mengenai BSI *mobile* , karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35–50. <https://doi.org/10.24102/ijbrd.v2i1.263>
- Aditya Widjana, M., & Rachmat, B. (2011). Factors Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy / Ventura*, 14(2), 161–174. <https://doi.org/10.14414/jebav.v14i2.5>
- Aini, S. A., & Wijyantini, B. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. 1(3), 493–503.
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behaviour*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 179–211. <https://doi.org/10.47985/dcidj.475>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior Relationships ; A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research. *Handbook of Economic Psychology*, 84(5), 888–918. [https://doi.org/10.1007/978-94-015-7791-5\\_5](https://doi.org/10.1007/978-94-015-7791-5_5)
- Alam, S. S., Omar, N. A., Ariffin, A. A. M., & Hashim, N. M. H. N. (2018). Integrating TPB , TAM and DOI Theories : An Empirical Evidence for the Adoption of Mobile Banking among Customers in Klang Valley , Malaysia. *International Journal of Business and Management Science*, 8(2), 385–403.

- Amalia, S. N. A. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Terhadap Financial Technology Syariah Paytren Sebagai Salah Satu Alat Transaksi Pembayaran: Pendekatan Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior. *Iqtishaduna*, 9(1).
- Angelina, A. I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Promosi, Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(7).
- Artikel, I. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Kemanfaatan , Risiko , dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang Fakultas Ekonomi , Universitas Negeri Semarang , Indonesia Abstrak*. 1(2), 66–80.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Survey Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon). *Jurnal Valuasi : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 752–774.
- Bancin, & Jannah. (2022). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Pada Pembayaran e-commerce (studi kasus pada mahasiswa UINSU). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, 2(2), 1487–1499.
- Bankbsi.co.id. (2022). *BSI Terus Dorong Aktivasi Digital Transaksi Via BSI Mobile*



*Lebih Masif.*

BPS. (2020). *Badan Pusat Statistik Kabupaten Klaten.*

Chaouali, W., & Hedhli, K. El. (2019). Toward a contagion-based model of mobile banking adoption adoption. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 69–96. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0096>

Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology. September.* <https://doi.org/10.2307/249008>

Destianti, A. E., Hidayat, A. R., & Srisusilawati, P. (2019). Analisis Faktor Pengaruh Teori Technology Acceptance Model dan Theory Of Planned Behavior terhadap Minat Pengguna Produk E-Money (Go-Pay). *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 312–319. <http://temilnas16.forsebi.org/penerapan->

Durman, T., & Musdholifah. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna Ovo Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.

Fatonah, F., & Hendratmoko, C. (2020). *M enguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi millennial menggunakan e-money Test the factors that influence the millennial generation ' s interest in using e-money.* 12(2), 209–217.

Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen.* Universitas Diponegoro.

Fernando, A. (2021). *Semua Bakal Digital, Begini Masa Depan Perbankan RI.*

CNBC Indonesia.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan* (Edisi Revi). Ansi Offset.

Kurniawan, A. W., & Zahra Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*.

Miftahuddin, & Hendarsyah, D. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank Mandiri Kc. Bengkalis. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(1), 16–32.

Monica, N., & Tama, A. I. (2017). *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Norma Subjektif Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce*. 8(1), 27–41.

Pradita, L. A., & Munari. (2021). Pengaruh Attitude, Subjective Norms, Perceived Behavioral Control, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Subsidy Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Pada E-Commerce. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 10(1), 9–23.  
<http://www.journal.stiem.ac.id/index.php/jureq/article/view/721>

R, Y. W. A., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan mobile banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (Tam) Dan Theory of Planned Behavior (Tpb). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.

Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). *Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI : Pendekatan TAM Dan TPB*. 1(1), 35–53.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Vuong, B. N., Hieu, V. T., & Trang, N. T. T. (2020). An Empirical Analysis Of Mobile Banking Adoption In Vietnam. *Revista Eletrônica Gestão & Soc Iedade*, 14(37), 3365–3393.
- Wicaksono, B. S. (2015). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan , Kepuasan Nasabah , Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(2).
- Yaghoubi, N.-M., & Bahmani, E. (2010). An Integration of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business and Management*, 5(9), 159–165. [www.ccsenet.org/ijbm](http://www.ccsenet.org/ijbm)
- Yang, K. (2012). Consumer technology traits in determining mobile shopping adoption: An application of the extended theory of planned behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(5), 484–491. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.06.003>
- Yolanda, A., & Widijoko, G. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Dan Norma Subjektif Terhadap Minat Menggunakan Electronic Commerce (E-commerce). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brahwijaya Malang*, 4(8), 1–20.

Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2010). Explaining Internet Banking Behavior: Theory of Reasoned Action, Theory of Planned Behavior, or Technology Acceptance Model? *Journal of Applied Social Psychology*, 40(5), 1172–1202.

Yusuf, A. M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Gabungan*. PT Fajar Inter pratama Mandiri, Kencana.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal		X	X	X	X	X	X	X	X											
2.	Konsultasi Proposal		X	X	X	X		X	X	X											
3.	Revisi Proposal									X											
4.	Pendaftaran Ujian Proposal															X					
5.	Ujian Seminar Proposal																			X	
6.	Pengumpulan Data																				X
7.	Analisis Data																				
8.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																				
9.	Pendaftaran Ujian Munaqosah																				
10.	Ujian Munaqosah																				

No	Bulan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
11.	Revisi Skripsi																				

No	Bulan	Maret				April			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal								
2.	Konsultasi Proposal								
3.	Revisi Proposal								
4.	Pendaftaran Ujian Proposal								
5.	Ujian Seminar Proposal								
6.	Pengumpulan Data	X	X						
7.	Analisis Data		X	X					
8.	Penulisan Akhir Naskah Skripsi		X	X					
9.	Pendaftaran Ujian Munaqosah			X					
10.	Ujian Munaqosah					X			
11.	Revisi Skripsi					X			

## Lampiran 2

**KOESIONER PENELITIAN**Data Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini mohon Bapak/Ibu/Saudara/i dimohon untuk mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang diberikan akan dirahasiakan).

Nama :

Jenis kelamin :

- Perempuan
- Laki-Laki

Umur :

Pekerjaan :

- Pelajar/ mahasiswa
- Pegawai swasta
- Ibu rumah tangga
- Wirausaha
- lainnya

Penghasilan perbulan:

- < Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
- >Rp. 3.000.000

### PETUNJUK PENGISIAN

Kuisisioner ini terdiri dari berbagai pernyataan yang mungkin sesuai dengan pengalaman saudara/i dalam menghadapi kehidupan sehari-hari. Terdapat 5 pilihan jawaban yang disediakan untuk setiap pernyataan, yaitu :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

Selanjutnya saudara/i diminta untuk menjawab dengan cara memberi tanda yang sesuai dengan saudara/i. tidak ada jawaban benar ataupun salah, oleh karena itu, diisi sesuai dengan diri saudara/i yang sesungguhnya, yaitu dengan jawaban pertama yang terlintas dalam pikiran saudara/i.

No	Pernyataan	Jawaban Alternatif				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Sikap (X1)</b>						
1.	Menurut saya mencari informasi terkait BSI mobile adalah ide yang baik.					
2.	Menurut saya menggunakan BSI <i>mobile</i> untuk transaksi keuangan adalah ide yang bijak					
3.	Saya pikir menggunakan BSI <i>mobile</i> untuk bertransaksi memiliki manfaat untuk saya					
4.	Saya merasa akan suka jika menggunakan BSI <i>mobile</i> .					
<b>Norma Subjektif (X2)</b>						
1.	Orang –orang terdekat berpikir bahwa saya harus					



	menggunakan BSI <i>mobile</i>					
2.	Menurut saya orang terdekat mempengaruhi saya untuk menggunakan BSI <i>mobile</i>					
3.	Saya akan menggunakan jika guru dan atasan saya menggunakan BSI <i>mobile</i>					
Persepsi Kontrol Perilaku (X3)						
1.	saya merasa memiliki kemampuan untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
2.	saya memiliki pengetahuan untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
3.	saya memiliki sumberdaya untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
Kepercayaan (X4)						
1.	Saya percaya BSI <i>mobile</i> memberikan informasi yang sebenarnya					
2.	Saya percaya BSI <i>mobile</i> dapat memenuhi kebutuhan saya					
3.	Saya percaya BSI <i>mobile</i> mampu menghadapi masalah yang terjadi pada fitur					
Minat (Y)						
1.	Saya tertarik menggunakan BSI <i>Mobile</i> untuk transaksi					
2.	Saya tertarik menggunakan BSI <i>Mobile</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya					
3.	Saya bersedia merekomendasikan BSI <i>Mobile</i> kepada orang lain					
4.	Saya tertarik untuk mencari informasi mengenai BSI <i>Mobile</i> pada orang yang sudah menggunakannya					

## Lampiran 3

## Data Tabulasi kuesionr

## a. Data variabel sikap

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
1	5	5	5	5
2	4	4	4	3
3	4	5	4	3
4	5	4	5	4
5	4	4	4	4
6	4	5	3	4
7	5	3	4	3
8	5	5	5	5
9	4	3	4	5
10	5	5	5	5
11	3	4	4	4
12	4	4	4	4
13	3	4	3	4
14	5	4	4	4
15	2	2	4	4
16	5	5	5	5
17	3	3	3	3
18	4	4	3	4
19	4	4	5	4
20	4	4	4	3
21	3	5	3	4
22	5	5	4	4
23	4	3	3	3
24	3	4	3	3
25	4	4	2	2
26	3	2	3	2
27	4	3	4	4
28	4	3	3	5
29	3	3	3	3
30	4	4	4	4

31	2	2	2	2
32	4	4	4	4
33	5	5	4	4
34	5	4	3	3
35	5	4	4	4
36	4	3	3	3
37	4	4	4	4
38	4	4	3	4
39	3	3	3	3
40	3	3	3	3
41	4	4	4	4
42	3	3	4	3
43	3	3	3	3
44	4	5	5	4
45	5	4	4	5
46	3	3	3	3
47	3	3	3	3
48	5	5	5	5
49	5	4	5	5
50	4	4	4	4
51	3	3	3	3
52	4	4	4	4
53	4	4	4	4
54	5	5	5	5
55	3	3	3	3
56	4	4	4	5
57	3	3	3	3
58	5	5	5	5
59	3	3	3	3
60	3	4	3	2
61	4	4	4	4
62	4	4	4	4
63	3	3	3	3
64	4	4	4	4
65	5	4	4	3
66	4	4	4	4
67	4	4	5	5
68	5	4	5	5

69	4	5	5	5
70	5	5	5	5
71	5	5	5	5
72	5	5	5	5
73	5	5	4	5
74	4	3	3	3
75	3	5	4	5
76	4	4	3	5
77	4	4	4	4
78	4	4	4	3
79	4	3	4	4
80	3	3	3	3
81	4	4	4	4
82	3	3	3	3
83	5	5	4	4
84	4	4	4	4
85	4	4	4	4
86	3	3	3	3
87	3	4	4	4
88	3	3	3	3
89	4	4	4	4
90	5	4	4	4
91	3	3	4	3
92	3	3	3	3
93	3	3	3	3
94	3	3	4	3
95	3	3	3	3
96	4	5	5	5
97	4	4	4	4
98	5	4	5	5
99	4	4	4	4
100	4	4	4	4

## b. Data variabel norma subjektif

Responden	X2.1	X2.2	X2.3
1	5	5	5
2	4	4	4
3	3	4	4
4	4	4	4
5	4	3	2
6	3	3	3
7	4	2	4
8	3	3	3
9	4	2	4
10	5	5	5
11	3	1	2
12	3	4	4
13	3	4	4
14	4	4	5
15	2	4	3
16	5	5	5
17	3	3	3
18	4	4	2
19	4	4	5
20	4	5	3
21	3	3	3
22	4	4	4
23	4	3	4
24	3	3	3
25	4	3	4
26	2	4	2
27	4	2	4
28	3	5	4
29	2	3	3
30	3	4	4
31	2	2	2
32	3	2	2
33	3	4	4
34	3	3	3
35	3	3	4

36	3	3	2
37	4	4	4
38	4	4	3
39	2	4	2
40	4	2	4
41	4	4	4
42	4	4	3
43	2	4	3
44	4	5	3
45	5	4	4
46	2	4	2
47	4	2	4
48	4	5	5
49	3	4	3
50	3	1	1
51	3	3	3
52	3	3	4
53	3	4	3
54	5	5	5
55	3	3	3
56	3	4	4
57	3	3	3
58	5	5	5
59	3	4	4
60	4	3	4
61	3	3	3
62	3	3	3
63	3	3	3
64	3	4	4
65	5	5	5
66	4	4	4
67	5	4	3
68	4	5	5
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	3	4	4
73	3	4	4

74	3	2	3
75	3	3	4
76	3	4	5
77	3	3	3
78	3	3	3
79	4	2	2
80	3	3	2
81	4	4	4
82	3	2	3
83	3	4	4
84	4	4	4
85	3	3	3
86	3	3	3
87	4	4	4
88	3	3	3
89	4	3	3
90	3	3	3
91	3	4	4
92	3	3	3
93	4	3	3
94	3	2	3
95	3	4	4
96	3	4	4
97	3	3	4
98	3	3	4
99	4	4	3
100	4	4	4

c. Data variabel persepsi kontrol perilaku

Responden	X3.1	X3.2	X3.3
1	5	5	5
2	3	4	4
3	3	4	4
4	3	5	3
5	4	2	2
6	4	3	4
7	4	4	3

8	3	3	3
9	3	4	2
10	1	5	3
11	4	2	2
12	4	4	3
13	2	3	2
14	1	4	5
15	4	5	5
16	2	4	4
17	3	3	3
18	4	4	2
19	4	4	3
20	5	3	4
21	4	2	3
22	2	3	3
23	4	3	4
24	3	3	3
25	5	2	3
26	5	2	4
27	4	4	3
28	3	5	3
29	3	2	3
30	3	4	4
31	4	2	4
32	4	2	3
33	3	4	2
34	3	3	3
35	4	2	3
36	3	3	3
37	4	4	4
38	4	4	4
39	3	3	4
40	3	3	3
41	4	4	4
42	4	3	4
43	2	4	4
44	4	5	5
45	5	3	5



46	4	2	4
47	4	2	3
48	4	5	4
49	4	2	4
50	4	2	2
51	3	3	3
52	4	3	4
53	3	3	3
54	5	5	5
55	3	3	3
56	4	4	3
57	3	3	3
58	2	5	5
59	4	4	4
60	3	5	4
61	3	3	3
62	4	3	3
63	3	3	3
64	2	2	2
65	4	3	3
66	4	4	4
67	4	5	4
68	4	4	5
69	4	3	3
70	3	4	5
71	4	4	4
72	4	3	3
73	3	4	4
74	3	4	5
75	4	4	5
76	4	4	5
77	3	3	3
78	4	3	2
79	4	2	2
80	4	2	3
81	3	4	5
82	3	3	3
83	4	3	2

84	3	4	3
85	3	3	4
86	3	3	3
87	4	4	4
88	5	3	2
89	4	3	4
90	3	3	2
91	4	4	4
92	4	2	2
93	5	3	3
94	5	3	3
95	3	3	3
96	5	2	4
97	5	2	4
98	5	2	4
99	5	2	4
100	5	2	3

d. Data variabel kepercayaan

Responden	X4.1	X4.2	X4.3
1	4	3	4
2	1	2	2
3	5	5	5
4	3	4	4
5	4	4	4
6	5	5	2
7	4	2	4
8	5	5	2
9	4	4	4
10	5	5	4
11	5	5	2
12	5	5	2
13	5	5	5
14	5	3	2
15	5	5	5
16	5	5	2
17	5	4	4

18	4	5	2
19	4	4	2
20	4	4	2
21	4	4	2
22	5	5	5
23	5	5	2
24	3	3	2
25	3	2	2
26	5	4	2
27	3	3	2
28	3	3	3
29	5	5	4
30	4	4	4
31	5	5	5
32	4	4	4
33	3	3	3
34	5	5	5
35	4	4	4
36	4	4	5
37	5	5	5
38	5	5	5
39	3	3	4
40	5	5	4
41	4	4	4
42	2	3	3
43	5	5	5
44	3	3	3
45	3	3	3
46	4	4	4
47	4	4	4
48	5	5	5
49	5	5	5
50	4	4	4
51	4	4	4
52	2	2	2
53	3	3	3
54	4	4	4
55	4	4	4

56	4	4	4
57	4	4	4
58	5	5	5
59	4	4	4
60	5	4	3
61	5	5	5
62	4	4	4
63	4	4	4
64	5	5	5
65	4	4	4
66	4	4	4
67	5	4	3
68	4	4	2
69	4	5	2
70	5	5	2
71	4	4	4
72	4	4	2
73	5	5	2
74	5	4	2
75	5	5	5
76	3	3	4
77	5	5	5
78	5	5	5
79	4	4	2
80	4	4	2
81	4	3	2
82	3	3	2
83	4	3	4
84	5	5	5
85	4	4	2
86	3	3	2
87	2	4	2
88	4	4	4
89	3	3	2
90	5	5	2
91	4	4	2
92	5	5	2
93	4	4	4

94	4	4	4
95	4	4	4
96	5	5	5
97	4	4	4
98	4	3	3
99	4	5	5
100	5	5	5

e. Data variabel minat

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4
1	2	5	5	5
2	4	4	4	4
3	4	4	3	4
4	4	5	4	4
5	4	4	2	4
6	4	4	3	4
7	5	4	4	5
8	5	5	5	5
9	3	3	3	3
10	5	5	5	5
11	4	2	3	4
12	4	4	4	4
13	4	4	4	4
14	5	4	5	4
15	4	4	4	4
16	5	5	5	5
17	3	3	3	3
18	4	3	4	5
19	4	4	4	4
20	4	4	3	4
21	3	3	3	4
22	4	4	4	4
23	4	4	3	4
24	3	3	3	3
25	4	3	2	4
26	3	3	2	3
27	3	4	3	4

28	4	3	3	5
29	3	3	3	3
30	4	4	4	4
31	4	3	4	3
32	4	2	2	2
33	4	4	4	4
34	5	4	4	5
35	3	3	4	4
36	4	3	3	4
37	4	4	4	4
38	4	3	4	4
39	4	4	4	3
40	3	3	3	3
41	4	4	4	4
42	4	2	3	4
43	4	2	2	4
44	5	4	5	3
45	5	5	4	5
46	4	4	4	4
47	4	3	4	4
48	4	4	4	5
49	5	3	4	4
50	3	3	2	3
51	3	3	3	3
52	3	3	4	4
53	4	4	4	4
54	5	5	5	5
55	3	3	3	3
56	4	4	4	4
57	3	3	3	3
58	5	5	5	5
59	4	2	2	4
60	4	4	4	4
61	3	3	3	3
62	4	3	4	4
63	3	3	3	3
64	4	3	1	4
65	4	5	4	4

66	4	4	4	4
67	4	5	5	4
68	4	4	5	5
69	5	5	4	4
70	4	5	5	4
71	4	4	5	4
72	4	4	4	4
73	4	4	4	4
74	3	5	4	3
75	3	4	4	5
76	3	5	5	3
77	4	3	4	4
78	3	3	3	4
79	3	2	3	2
80	3	2	3	4
81	4	5	4	4
82	2	4	4	3
83	5	2	3	4
84	4	4	4	4
85	4	3	3	4
86	3	3	3	3
87	4	4	4	4
88	4	2	3	3
89	3	3	3	4
90	4	4	3	3
91	5	3	3	4
92	2	2	4	4
93	3	3	3	4
94	4	3	3	5
95	4	3	3	4
96	4	3	5	5
97	5	3	3	5
98	4	3	3	5
99	5	3	4	5
100	5	3	4	5

## Lampiran 4

## Analisis Statistik deskriptif

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sikap	100	8.00	20.00	15.4000	2.74138
Norma Subjektif	100	5.00	15.00	10.4500	2.03194
Persepsi Kontrol Perilaku	100	3.00	15.00	11.3900	2.05920
Kepercayaan	100	5.00	15.00	11.7100	2.31069
Minat	100	10.00	20.00	14.9900	2.34626
Valid N (listwise)	100				



## Lampiran 5

## Uji Instrumen

## Uji Validitas

## Uji Validitas X1

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Sikap
X1.1	Pearson Correlation	1	.678**	.663**	.618**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.678**	1	.635**	.654**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.663**	.635**	1	.748**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.618**	.654**	.748**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Sikap	Pearson Correlation	.854**	.856**	.877**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Uji Validitas

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Norma Subjektif
X2.1	Pearson Correlation	1	.346**	.524**	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.346**	1	.545**	.805**

	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.524**	.545**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Norma Subjektif	Pearson Correlation	.744**	.805**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

### Uji Validitas X3

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Persepsi Kontrol Perilaku
X3.1	Pearson Correlation	1	.497**	.437**	.792**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.497**	1	.550**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.437**	.550**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Persepsi Kontrol Perilaku	Pearson Correlation	.792**	.829**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## Uji Validitas X4

**Correlations**

		X4.1	X4.2	X4.3	Kepercayaan
X4.1	Pearson Correlation	1	.803**	.342**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.803**	1	.365**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.342**	.365**	1	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Kepercayaan	Pearson Correlation	.832**	.843**	.766**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

## Uji Validitas Y

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Minat
Y1	Pearson Correlation	1	.270**	.290**	.502**	.664**
	Sig. (2-tailed)		.007	.003	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.270**	1	.647**	.312**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.290**	.647**	1	.391**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.502**	.312**	.391**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Minat	Pearson Correlation	.664**	.781**	.808**	.711**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

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

## Uji Reliabilitas

## Uji Reliabilitas X1

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	4

## Uji Reliabilitas X2

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	3

## UJI Reliabilitas X3

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	3

## Uji Reliabilitas X4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

## Uji Reliabilitas Y

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	4

## Lampiran 6

## Uji Asumsi Klasik

## Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.42037931
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.046
	Negative	-.073
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

		Sikap	Norma Subjektif	Persepsi Kontrol Perilaku	Keperca yaan	Unstanda rdized Residual
Spearman' s rho	Correlation	1.000	.595**	.659**	.047	.064
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.641	.527
	N	100	100	100	100	100
Norma Subjektif	Correlation	.595**	1.000	.468**	-.063	.044
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.533	.665

	N	100	100	100	100	100
Persepsi Kontrol Perilaku	Correlation	.659**	.468**	1.000	-.086	.071
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.396	.481
	N	100	100	100	100	100
Kepercayaan	Correlation	.047	-.063	-.086	1.000	-.004
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.641	.533	.396	.	.968
	N	100	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation	.064	.044	.071	-.004	1.000
	Coefficient					
	Sig. (2-tailed)	.527	.665	.481	.968	.
	N	100	100	100	100	100

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

### Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.896	1.224		1.549	.125		
Sikap	.164	.079	.192	2.080	.040	.454	2.203
Norma Subjektif	.562	.090	.487	6.225	.000	.631	1.584
Persepsi Kontrol Perilaku	.317	.089	.278	3.542	.001	.627	1.595
Kepercayaan	.093	.063	.092	1.465	.146	.987	1.013

a. Dependent Variable: Minat



## Lampiran 7

Uji ketepatan model

Uji R

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 <sup>a</sup>	.634	.618	1.44997

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Sikap

b. Dependent Variable: Minat

Uji f

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	345.260	4	86.315	41.055	.000 <sup>b</sup>
	Residual	199.730	95	2.102		
	Total	544.990	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kontrol Perilaku, Norma Subjektif, Sikap

## Lampiran 8

## Regresi linear berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	1.896	1.224		1.549	.125		
Sikap	.164	.079	.192	2.080	.040	.454	2.203
Norma Subjektif	.562	.090	.487	6.225	.000	.631	1.584
Persepsi Kontrol Perilaku	.317	.089	.278	3.542	.001	.627	1.595
Kepercayaan	.093	.063	.092	1.465	.146	.987	1.013

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 9

## Uji hipotesis (uji t)

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.896	1.224		1.549	.125
	Sikap	.164	.079	.192	2.080	.040
	Norma Subjektif	.562	.090	.487	6.225	.000
	Persepsi Kontrol Perilaku	.317	.089	.278	3.542	.001
	Kepercayaan	.093	.063	.092	1.465	.146

a. Dependent Variable: Minat

## Lampiran 10

## Trial Uji validitas dan Uji Reliabilitas

## Sikap

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	SIKAP
X1.1	Pearson Correlation	1	.707**	.768**	.705**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.707**	1	.819**	.807**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.768**	.819**	1	.688**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.705**	.807**	.688**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
SIKAP	Pearson Correlation	.877**	.928**	.912**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.922	4

## Norma Subjektif

		Correlations						NORMA SUBJEKTIF
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
X2.1	Pearson Correlation	1	.431*	.172	.161	.113	.152	.427*
	Sig. (2-tailed)		.018	.364	.394	.553	.424	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.431*	1	.713**	.196	.366*	.315	.721**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.299	.047	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.172	.713**	1	.189	.624**	.557**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.364	.000		.317	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.161	.196	.189	1	-.241	.130	.423*
	Sig. (2-tailed)	.394	.299	.317		.199	.495	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.113	.366*	.624**	-.241	1	.607**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.553	.047	.000	.199		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.152	.315	.557**	.130	.607**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.424	.090	.001	.495	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
NORMA SUBJEKTIF	Pearson Correlation	.427*	.721**	.837**	.423*	.627**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.000	.000	.020	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	6

## Kepercayaan

## Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	KEPERCAYAA N
X3.1	Pearson Correlation	1	.682**	.458*	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.682**	1	.716**	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.458*	.716**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000
	N	30	30	30	30
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.843**	.917**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

## Minat

## Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	MINAT
Y1	Pearson Correlation	1	.674**	.711**	.776**	.666**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.674**	1	.819**	.767**	.770**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.711**	.819**	1	.793**	.546**	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.776**	.767**	.793**	1	.821**	.936**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.666**	.770**	.546**	.821**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
MINAT	Pearson Correlation	.862**	.909**	.875**	.936**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	5

## Lampiran 11

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. Data Pribadi**

Nama : Riana Pradina Putri  
Tempat, tanggal lahir : Klaten, 06 Juli 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Nomor HP : 085  
Email : [rianapradinaputri@gmail.com](mailto:rianapradinaputri@gmail.com)  
Nama Ayah : Haryadi  
Nama Ibu : Heni Suprapti

**B. Pendidikan**

2007 – 2013 : MI Muhammadiyah Wunut  
2013 – 2016 : SMP Negeri 2 Tulung  
2016 – 2019 : SMA Negeri 1 Polanharjo  
2019 – 2023 : UIN Raden Mas Said Surakarta



## Lampiran 12

## Hasil Uji Plagiasi

skripsi Riana			
ORIGINALITY REPORT			
<b>26%</b>	<b>27%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source		3%
2	<a href="http://repository.uinjkt.ac.id">repository.uinjkt.ac.id</a> Internet Source		3%
3	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source		2%
4	<a href="http://repository.radenintan.ac.id">repository.radenintan.ac.id</a> Internet Source		2%
5	<a href="http://media.neliti.com">media.neliti.com</a> Internet Source		1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		1%
8	<a href="http://eprints.upnyk.ac.id">eprints.upnyk.ac.id</a> Internet Source		1%
9	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source		1%
10	<a href="http://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source		1%
11	Submitted to IAIN Kudus Student Paper		1%
12	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source		1%
13	Submitted to Binus University International Student Paper		1%

## Lampiran 13

## Dokumentasi pengambilan data

