

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN,  
PERSEPSI MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR  
TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH  
INDONESIA**

(Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)

**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:**

**RIZKY LESTARI  
NIM. 19.52.31.275**

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

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI  
MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*  
BANK SYARIAH INDONESIA**  
(Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)

**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:

**RIZKY LESTARI**  
**NIM. 19.52.31.275**

Surakarta, 19 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 di bawah ini:

NAMA : RIZKY LESTARI  
NIM : 19.52.31.275  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)".

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 19 Maret 2023



(Rizky Lestari)

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : RIZKY LESTARI  
NIM : 19.52.31.275  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi yang berjudul "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan. 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.*

Surakarta, 19 Maret 2023



(Rizky Lestari)

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  
Sdri: Rizky Lestari

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Rizky Lestari NIM: 19.52.31.275 yang berjudul: "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura)".

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 dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 19 Maret 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



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

**PENGESAHAN**

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI  
MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*  
BANK SYARIAH INDONESIA**  
(Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)

Oleh:

**RIZKY LESTARI**  
**NIM. 19.52.31.275**

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**

“Perbanyak bersyukur, kurangi mengeluh. Buka mata, jembarkan telinga, perluas hati. Sadari kamu ada pada sekarang, bukan kemarin atau besok, nikmati setiap momen dalam hidup, berpetuanglalah”.

(Ayu Estiningsih)

## **PERSEMBAHAN**

Bismilahirramanirrahim

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa karya ini untuk:

Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan doa dan dukungan yang tiada henti.

Saudara serta sahabat-sahabat yang telah memberikan dukungan sehingga tercipta  
karya ini.

Waktu adalah hal yang paling berharga dalam hidup kita dan orang-orang yang rela  
mengorbankan waktu mereka untuk orang lain pantas mendapatkan rasa hormat dan  
terima kasih.



## KATA PENGANTAR

*Assalaamu'alaikum Wr. Wb*

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI MANFAAT, DAN KETERSEDIAAN FITUR TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH INDONESIA (Studi pada Masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)”.

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, 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 yang telah memberikan bimbingan selama ini.
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 masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.
11. Bapak Walidi dan Ibu Lasmi selaku orang tua saya yang sangat saya sayangi lebih dari apapun.
12. Kakak saya Muhamad Rizki Agung, S.Pd yang selalu memberikan dukungan.
13. Sahabat – sahabatku terimakasih atas doa, dukungan dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebut satu-persatu, 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 was conducted with the aim to determine the effect of perceived ease of use, perceived benefits, and availability of features on the decision to use BSI Mobile in Muslim communities in Kartasura, Sukoharjo.*

*This type of research is a type of quantitative research, using primary and secondary data. Data collection techniques using a questionnaire. The population of this study is all Muslim communities in Kartasura District who have used BSI Mobile. The sampling technique in this study was purposive sampling using the Slovin formula which produced 100 respondents. This study used multiple linear regression analysis method.*

*The results of this study indicate that the variables perceived ease of use, perceived benefits, and feature availability has a positive and significant effect on the decision to use BSI Mobile.*

*Keywords: Perception of ease of use, Perception of benefits, availability of architecture, decision to use BSI Mobile.*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data primer maupun sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura yang telah menggunakan *BSI Mobile*. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin yang menghasilkan responden sebanyak 100 orang. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Ketersediaan Fitur, Keputusan Menggunakan *BSI Mobile*.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN .....	iii
NOTA DINAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENGESAHAN .....	v
MOTTO .....	vii
PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
ABSTRACT .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8

1.3	Batasan Masalah.....	9
1.4	Rumusan Masalah .....	9
1.5	Tujuan Penelitian.....	10
1.6	Manfaat Penelitian.....	10
1.7	Sistematika Penulisan Penelitian.....	11
BAB II.....		14
LANDASAN TEORI.....		14
2.1.	Technology Acceptance Model (TAM) .....	14
2.1.1.	Pengertian Technology Acceptance Model (TAM).....	14
2.1.2.	Konsep Technology Acceptance Model (TAM).....	15
2.1.3.	Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	16
2.1.3.1.	Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan .....	16
2.1.3.2.	Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	16
2.1.4.	Persepsi Manfaat .....	17
2.1.4.1.	Pengertian Persepsi Manfaat .....	17
2.1.4.2.	Indikator Persepsi Manfaat .....	17
2.2.	Keputusan.....	18
2.2.1.	Pengertian Keputusan.....	18
2.2.2.	Indikator Keputusan Keputusan .....	19
2.2.3.	Proses Pengambilan Keputusan.....	19

2.3.	<i>Self service Technology</i> .....	20
2.3.1.	Pengertian <i>Self Service Technology</i> .....	20
2.3.2.	Dimensi <i>Self Service Technology</i> .....	21
2.3.3.	Tipe-Tipe <i>Self Service Technology</i> .....	22
2.3.4.	<i>Mobile Banking</i> .....	22
2.4.	Ketersediaan Fitur .....	25
2.4.1.	Pengertian Fitur .....	25
2.4.2.	Indikator Fitur.....	25
2.5.	Hubungan Antar Variabel .....	26
2.5.1.	Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan.....	26
2.5.2.	Hubungan Persepsi Manfaat dengan Keputusan .....	26
2.5.3.	Hubungan Ketersediaan Fitur dengan Keputusan .....	27
2.6.	Hasil Penelitian yang Relevan.....	28
2.7.	Kerangka Berpikir .....	35
2.8.	Hipotesis.....	36
2.8.1.	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	36
2.8.2.	Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	37

2.8.3. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> .....	37
BAB III .....	46
METODOLOGI PENELITIAN .....	46
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian .....	46
3.2. Jenis Penelitian .....	46
3.3. Populasi dan Sampel .....	47
3.3.1. Populasi .....	47
3.3.2. Sampel .....	47
3.4. Teknik Pengambilan Sampel .....	48
3.5. Data dan Sumber Data .....	48
3.6. Teknik pengumpulan Data .....	49
3.7. Variabel Penelitian .....	49
3.7.1. Variabel Dependen .....	49
3.7.2. Variabel Independen .....	50
3.8. Definisi Operasional Variabel .....	50
3.9. Analisis Data .....	52
3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif .....	52
3.9.2. Uji Instrumen Data .....	53
3.9.3. Uji Asumsi Klasik .....	54



3.9.4.	Uji Ketepatan Model.....	55
3.9.5.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	56
3.9.6.	Uji Hipotesis .....	57
3.9.6.1.	Uji T .....	57
BAB IV	.....	51
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	.....	51
4.1	Gambaran Umum Penelitian .....	51
4.1.1	Deskripsi Penelitian .....	51
4.1.2	Deskripsi Responden.....	52
4.2	Pembahasan Hasil Analisis Data.....	56
4.2.1	Statistik Deskriptif .....	56
4.2.2	Uji Instrumen Penelitian .....	57
4.2.4	Uji Ketepatan Model.....	66
4.2.5	Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
4.2.6	Uji Hipotesis .....	69
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	71
BAB V	.....	77
PENUTUP	.....	77
5.1	Kesimpulan.....	77
5.2	Keterbatasan Penelitian .....	78

5.3	Saran Penelitian .....	78
	DAFTAR PUSTAKA .....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian yang Relevan .....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4.1 Hasil Pendistribuan Kuisisioner .....	52
Tabel 4.2 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Alamat .....	54
Tabel 4.5 Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	55
Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif .....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat .....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur .....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan.....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat .....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan Fitur .....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan .....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas .....	64
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4.18 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ).....	66

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (F).....	67
Tabel 4.20 Hasil Analisis Regresi Liner Berganda.....	68
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rating Aplikasi BSI <i>Mobile</i> .....	5
Gambar 2.1 Skema <i>Tecnology Acceptance Model</i> (TAM) .....	15
Gambar 3.1 Kerangka Berpikir .....	35

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian .....	86
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian .....	87
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuisisioner .....	91
Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif .....	103
Lampiran 5 Hasil Uji Instrument Penelitian .....	104
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	108
Lampiran 7 Hasil Uji Ketepatan Model .....	110
Lampiran 8 Hasil Analisis regresi Linier Berganda.....	111
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis .....	112
Lampiran 10 Hasil Cek Plagiarisme Menggunakan Turnitin .....	113
Lampiran 11 Riwayat Hidup.....	114
Lampiran 12 Dokumentasi .....	115

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Negara Indonesia sebagai negara dengan sebagian besar penduduknya beragama muslim tentu memiliki potensi yang lebih maju dalam industri keuangan syariah. Kesadaran masyarakat terutama masyarakat muslim akan hal tersebut menjadi faktor pengembangan industri halal yang semakin unggul, salah satunya melalui perbankan syariah. Bank syariah memiliki peran yang penting sebagai wadah untuk seluruh aktivitas ekonomi terutama dalam industri keuangan halal. Namun pada kenyataannya, menurut Hery Gunardi selaku direktur utama Bank syariah Indonesia yang menyatakan bahwa dari jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 180 juta umat, faktanya baru 30,27 juta yang memilih menjadi nasabah bank syariah per November 2020 (CNN, 2021)

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat mendorong masyarakat untuk beradaptasi dan beralih ke dalam era digitalisasi seperti saat ini. Pemanfaatan teknologi informasi melalui media *smartphone* dan internet khususnya telah memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap perkembangan perbankan di Indonesia. Hal ini dikarenakan teknologi tersebut banyak membantu dalam kinerja perbankan. Fitur-fitur canggih yang ditawarkan dianggap lebih efisien dan mampu memberikan kemudahan tersendiri bagi nasabah.

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang penyelenggaraan teknologi finansial yang menjelaskan bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan teknologi finansial untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses terhadap layanan finansial dan pemrosesan transaksi (BI, 2017) .

*Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 menjadi landasan teori dalam penelitian ini. Model TAM oleh (Davis, 1989) secara konsisten menjelaskan proporsi yang substansial dalam keinginan menggunakan sesuatu teknologi (*usage intention*) dan perilaku (*behaviour*).

Inovasi bank dalam memberikan layanan bagi nasabah dengan memanfaatkan sistem teknologi dilakukan dalam bentuk ATM (*Authomatic Teller Mechine*), *internet banking*, *mobile banking* dan lain sebagainya. Sebelumnya masyarakat sudah merasa dimudahkan dengan adanya penggunaan ATM (*Authomatic Teller Mechine*) untuk membantu proses transaksi, namun seiring berkembangnya teknologi transaksi melalui ATM dianggap tidak jauh berbeda dengan datang langsung ke bank yang harus menempuh jarak dan kemungkinan besar juga harus mengantri, karena ATM merupakan fasilitas bank yang bersifat umum.

Masyarakat merasa penggunaan ATM kurang efisien, sehingga bank memberikan alternatif layanan berupa *mobile banking*. *Mobile banking* ini menerapkan sistem teknologi informasi yang dinilai menguntungkan bagi nasabah karena lebih menghemat biaya dan waktu. Melalui *mobile banking* nasabah dapat mengakses



informasi akun mereka dan melakukan kegiatan transaksi lainnya. Di era digitalisasi saat ini *mobile banking* bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia.

Mengingat masyarakat Indonesia saat ini lebih memilih sesuatu yang bersifat instan, tidak memerlukan waktu lama, maka melalui *mobile banking* ini dapat dijadikan alternatif pilihan dalam melakukan transaksi. Menurut (Kotler & Keller, 2007) keputusan merupakan preferensi konsumen atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Pada dasarnya nasabah akan menggunakan *mobile banking* jika dinilai dapat memberikan keuntungan dan mempermudah aktivitasnya dalam bertransaksi. Bagi bank, perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan nasabah akan layanan yang harus diterapkan.

Bank Syariah Indonesia atau yang lebih dikenal dengan BSI merupakan wujud dari merger tiga bank syariah di Indonesia diantaranya BRI Syariah, BNI Syariah, dan Mandiri Syariah pada Februari 2021 lalu. Bank Syariah Indonesia juga menciptakan fasilitas berupa *mobile banking* atau yang lebih dikenal dengan BSI *mobile*.

Berdasarkan data dari Bank Syariah Indonesia dijelaskan bahwa per Juni 2022, user pengguna BSI *Mobile* mencapai 4,07 juta user mengalami peningkatan sekitar 81%. Jumlah pengguna yang semakin meningkat dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat yang mulai beralih ke *e-channel* BSI *Mobile*, ATM, maupun *Internet Banking*.

Berdasarkan data pengguna BSI *Mobile* diatas yaitu sebanyak 4,07 juta, dapat disimpulkan bahwa pengguna BSI *Mobile* masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu sebanyak 17 juta per Juni 2022. Artinya sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia belum menggunakan layanan BSI *Mobile* ditengah perkembangan teknologi saat ini.

Di samping itu peneliti melakukan observasi terhadap 20 masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan observasi tersebut menemukan hasil bahwa dari 20 orang yang ditemui hanya 8 masyarakat muslim Di kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Sedangkan 12 masyarakat muslim lainnya tidak menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Berdasarkan hasil observasi tersebut menunjukkan bahwa pengguna layanan *mobile banking* Bank syariah Indonesia di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo masih relatif rendah.

Persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap seseorang dalam penggunaan teknologi informasi seperti halnya dalam penggunaan *mobile banking*. Kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* menjadi sebuah karakteristik internal yang terdapat didalamnya. Dimana aplikasi *mobile banking* tersebut apakah dapat dengan mudah dipahami , jelas, dan fleksibel sehingga prosesnya dapat dengan mudah dijalankan oleh para pengguna.

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras. Konsep dari kemudahan sendiri

apabila suatu layanan dianggap mudah penggunaannya, maka akan menunjukkan bahwa layanan tersebut lebih sering digunakan bagi penggunanya (Davis, 1989).

**Gambar 1.1 Rating Aplikasi BSI Mobile**



Sumber: Google Playstore

Berdasarkan data diatas penilaian masyarakat pada aplikasi BSI *mobile* cukup baik yaitu sebesar 4,4 dan sebagian besar memberikan rating 5. Akan tetapi, masih terdapat pengguna yang memberikan rating yang cukup rendah. Berdasarkan beberapa ulasan dan kritikan dari penggunanya masih banyak pengguna yang mengeluhkan tentang sulitnya penggunaan aplikasi BSI *mobile* terutama pada sistem aktivasinya.

Persepsi manfaat juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap seseorang dalam penggunaan suatu teknologi informasi. Persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja orang tersebut (Davis, 1989).

Menurut (Kotler & Keller, 2012) fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar. Konsep dari ketersediaan fitur jika dihubungkan

dengan konteks *mobile banking* ini apabila nasabah merasa kebutuhan atas transaksinya sudah terpenuhi melalui fitur tersebut maka akan berpengaruh juga terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*.

Melalui penggunaan fitur yang tersedia pada *BSI Mobile* nasabah dapat melakukan pengecekan saldo, transfer antar bank, melakukan pembayaran uang kuliah, pembayaran listrik, pulsa dan lain sebagainya yang dapat dilakukan dimana saja, dan kapan saja. *BSI mobile* juga menghadirkan fitur QRIS yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi maupun donasi tanpa harus datang ke kantor cabang. Fitur QRIS ini di desain untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi karena dapat dilakukan dengan cara *scan QR code* sehingga tidak perlu bersentuhan langsung.

Fitur yang terdapat pada *BSI mobile* memiliki beberapa perbedaan dibandingkan dengan *mobile banking* lainnya yang menjadikan *BSI mobile* lebih unggul yaitu dalam hal tersedianya fitur pelayanan berbasis Islami mengingat *BSI* merupakan bank yang berbasis syariah. Melalui fitur layanan Islami tersebut dapat memberikan kemudahan bagi nasabah yang ingin menyalurkan dananya untuk berzakat, infaq, sedekah, maupun wakaf. Selain untuk mempermudah pengelolaan dana *ZISWAF*, fitur *BSI Mobile* juga dilengkapi dengan fitur lainnya seperti informasi waktu sholat, lokasi masjid terdekat, penunjuk arah kiblat, *Juz Amma*, dan lain sebagainya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Aini, Wijyantini, & Rusdiyanto, 2022) menemukan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. Penelitian yang serupa juga dilakukan oleh

(Iliyin & Widiartanto, 2020) menemukan hasil bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan OVO. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Pranoto & Setianegara, 2020) dan (Atieq & Nurpiani, 2022) menemukan hasil bahwa variabel kemudahan berpengaruh negatif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh (Itishom, Martini, & Novandari, 2020) menemukan hasil bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan *Go-Pay*. Penelitian yang serupa dilakukan oleh (Ambarwati, 2019) menemukan hasil bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *Go-Pay*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Hidajat & Setiawan, 2022) menghasilkan variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Pramelani & Fitra, 2020) menemukan hasil bahwa variabel fitur berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *e-wallet*. Penelitian yang serupa dilakukan oleh (Alistriwahyuni, 2019) menemukan hasil bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *i-saku*. Sedangkan penelitian yang serupa juga dilakukan oleh (Ahmadi, 2020) menemukan hasil bahwa fitur berpengaruh negatif terhadap keputusan.

Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yang terletak beberapa variabel yang digunakan. Perbedaan juga terletak pada objek penelitiannya. Pada penelitian ini berfokus pada penggunaan *mobile banking* dengan studi pada masyarakat muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

Peneliti melakukan penelitian di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo dengan alasan Kecamatan Kartasura merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Sukoharjo yang mayoritas penduduknya beragama muslim dan menjadi kecamatan dengan penduduk muslim tertinggi di Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukoharjo, jumlah masyarakat muslim di Kecamatan kartasura sebanyak 99.721 jiwa.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis akan melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking Bank Syariah Indonesia*** (Studi Pada Masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo)”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi sebagai berikut:

1. Minimnya masyarakat muslim di Indonesia yang menjadi nasabah bank syariah.
2. Adanya komplain dari masyarakat yang merasa kesulitan dalam penggunaan aplikasi BSI *Mobile*.
3. Minimnya pengguna BSI *Mobile* di Kecamatan Kartasura.

### **1.3 Batasan Masalah**

Penulis membatasi masalah dengan membahas pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (studi pada masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo).

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo?
2. Apakah ada pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo?
3. Apakah ada pengaruh ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah terurai di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada masyarakat Muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.
2. Mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.
3. Mengetahui Ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap pada penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun secara praktis. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

#### **1. Secara Akademis**

Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki tema penelitian yang sama.



## 2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi *stakeholder* Bank Syariah Indonesia sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan sebagai penyempurna terhadap pelayanan *mobile banking*.

### 1.7 Sistematika Penulisan Penelitian

Penulisan penelitian ini disusun secara sistematis menjadi lima bab yang terdiri dari sub bab sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat gambaran umum penelitian terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penelitian terkait dengan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

#### BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang teori penelitian yang berisi penjabaran *Theory Technology Acceptance Model* (TAM) serta pembahasan variabel independen dan dependen serta

menjelaskan tentang hasil penelitian yang relevan, kerangka berfikir, dan hipotesis.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat penjelasan tentang bagaimana penelitian ini dilakukan yang meliputi: waktu, wilayah penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengolahan data menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta menjelaskan tentang definisi operasional variabel.

### BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pembahasan keseluruhan terkait penelitian, hasil uji dan analisis data serta pembahasan output kajian yang telah direlevansikan dengan teori yang digunakan terkait pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank syariah Indonesia pada masyarakat Muslim Di Kecamatan Kartasura Kabupaten sukoharjo.

### BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang diuraikan oleh peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1. Technology Acceptance Model (TAM)**

##### **2.1.1. *Pengertian Technology Acceptance Model (TAM)***

*Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang digunakan khusus untuk menjelaskan penerimaan pengguna (*user acceptance*) terhadap teknologi (Davis, 1989).

Berbagai macam penelitian sebelumnya yang menganalisis faktor penggunaan teknologi, diantaranya banyak yang menggunakan teori TAM dikarenakan model ini dianggap lebih sederhana sehingga mudah untuk diterapkan. Melalui berbagai studi empiris, ditemukan bahwa teori TAM oleh Davis secara konsisten dapat menjelaskan sebagian besar keinginan masyarakat untuk menggunakan teknologi (*usage intention*) (Davis, 1989).

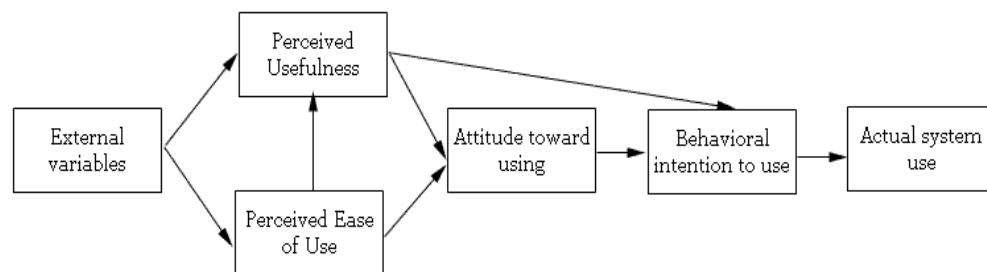
*Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan model yang dikembangkan Davis pada tahun 1989. Dalam *Technology Acceptance Model (TAM)* berargumentasi bahwa penerimaan individual terhadap suatu sistem teknologi informasi ditentukan oleh dua komponen. Dua komponen ini diantaranya *perceived of usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) (Jogiyanto, 2008).

### 2.1.2. Konsep *Technology Acceptance Model (TAM)*

*Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh (Davis, 1989) merupakan model yang paling berpengaruh digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan sistem teknologi informasi melalui 2 konstruk yaitu diantaranya *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*.

Gambar 2.1

Skema *Technology Acceptance Model (TAM)*



Sumber: (Davis, 1989)

Berdasarkan gambar 2.1 diatas menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi sikap, minat, dan penerimaan seseorang terhadap teknologi. Dalam hal ini, persepsi seseorang terhadap kemudahan penggunaan dan manfaat dari suatu teknologi menjadi alasan untuk menggunakan teknologi tersebut.

### **2.1.3. Persepsi Kemudahan Penggunaan**

#### **2.1.3.1. Pengertian Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Davis, 1989) Kemudahan penggunaan yang dirasakan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi informasi tersebut mudah dan tidak memerlukan banyak usaha dari pengguna. Konsep ini mencakup kegunaan teknologi informasi serta kegunaan sistem untuk tujuan yang sejalan dengan preferensi pengguna.

Kemudahan menurut (Jogiyanto, 2008) adalah suatu tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi akan terbebas dari usaha. Kemudahan penggunaan dapat dengan mudah dipelajari, dipahami, dan mudah dioperasikan.

Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) definisi Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan bebas dari usaha.

#### **2.1.3.2. Indikator Persepsi Kemudahan Penggunaan**

Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) terdapat 4 indikator untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan, yang meliputi:

- a. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti
- b. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan system
- c. Sistem mudah digunakan

- d. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

#### **2.1.4. Persepsi Manfaat**

##### **2.1.4.1. Pengertian Persepsi Manfaat**

Menurut (Davis, 1989) persepsi manfaat merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pemakainya. Hal serupa juga disampaikan oleh (Venkatesh & Davis, 2000) yang mendefinisikan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Menurut (Thompson, 1991) persepsi manfaat dari sebuah teknologi informasi adalah kegunaan yang diharapkan oleh pengguna teknologi informasi tersebut dalam pelaksanaan tugasnya. Persepsi manfaat juga diartikan sebagai suatu keyakinan seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Jika seseorang tersebut percaya bahwa teknologi tersebut bermanfaat, maka mereka akan menggunakan teknologi tersebut (Jogiyanto, 2008).

##### **2.1.4.2. Indikator Persepsi Manfaat**

Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) terdapat empat indikator untuk mengukur persepsi manfaat, diantaranya:

1. Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
2. Penggunaan sistem dapat menambah tingkat produktivitas individu (*increases productivity*)
3. Penggunaan system dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
4. Penggunaan sistem berguna bagi individu (*the system is useful*).

## **2.2. Keputusan**

### **2.2.1. Pengertian Keputusan**

Menurut (Kotler & Keller, 2007) keputusan pembelian dapat diartikan sebagai preferensi konsumen terhadap suatu merek di antara serangkaian pilihan. Dengan kata lain, pengambilan keputusan tersebut harus melibatkan alternatif pilihan tindakan atau perilaku.

Sedangkan menurut (Schiffman & Kanuk, 2008), keputusan pembelian merupakan pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, yang artinya seseorang dapat mengambil keputusan melalui beberapa alternatif pilihan.

(Setiadi, 2003) mengungkapkan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses integratif yang menggabungkan informasi untuk



mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya (Sangadji, 2013).

### **2.2.2. Indikator Keputusan Keputusan**

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a) Kemantapan membeli setelah mengetahui detail produk
- b) Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai
- c) Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan
- d) Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain.

### **2.2.3. Proses Pengambilan Keputusan**

Proses pengambilan keputusan menurut (Kotler & Keller, 2008) diantaranya sebagai berikut:

#### **1. Identifikasi Masalah**

Kesadaran konsumen akan suatu kebutuhan atau masalah yang dipicu oleh rangsangan internal dan eksternal merupakan langkah pertama dalam proses keputusan pembelian.

#### **2. Pencarian Informasi**

Fase pengambilan keputusan di mana pembeli mulai mencari detail lebih lanjut.

#### **3. Evaluasi Alternatif**

Pembeli mulai mengevaluasi berbagai produk alternatif dengan menggunakan informasi yang telah mereka pelajari.

#### 4. Pilihan Pembelian

Proses pengambilan keputusan yang mengarah pada pembelian produk aktual konsumen.

#### 5. Penilaian Pasca Pembelian

Proses dimana konsumen memutuskan apakah akan melakukan pembelian tambahan atau tidak.

### **2.3. *Self service Technology***

#### **2.3.1. *Pengertian Self Service Technology***

*Self Service Technology* diartikan sebagai sebuah teknologi yang memungkinkan pelanggan untuk menyelesaikan transaksi atau layanan mereka sendiri, seperti layanan yang diberikan langsung oleh karyawan. Penggunaan *self service technology* dapat berupa *online system*, *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM (Meuter, Ostrom, & Roundtree, 2000).

Penggunaan *self service technology* ini merupakan strategi bank dalam mempertahankan dan memberikan kepuasan bagi nasabah, karena penggunaan teknologi ini dapat meningkatkan layanan operasional, efisiensi layanan, memberikan manfaat lebih bagi konsumen, serta menambah pilihan akses layanan (Meuter, Ostrom, & Roundtree, 2000).

### 2.3.2. Dimensi *Self Service Technology*

*Self service technology* memiliki tujuh dimensi yang dapat mempengaruhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas layanan yang diberikan. Menurut (Lin & Hsieh, 2011) tujuh dimensi tersebut diantaranya:

#### 1. *Functionality*

Dimensi ini menjelaskan karakteristik fungsional dari suatu layanan *self service technology*, antara lain:

- a. Keandalan yang mengacu pada kemampuan dalam memberikan layanan secara andal dan akurat.
- b. *Responsiveness* yaitu kemampuan dalam merespon perintah pengguna
- c. Mudah digunakan
- d. Respon cepat artinya layanan dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat.

#### 2. *Enjoyment*

Merupakan sebuah kesenangan yang dirasakan oleh pengguna baik ketika menggunakan perangkat maupun setelah menggunakannya.

#### 3. *Security/Privacy*

Mengacu pada kebebasan dari risiko atau keraguan yang dirasakan oleh pengguna. Fasilitas yang diberikan dapat memberikan rasa aman bagi penggunanya.

#### 4. *Design*

Mencakup tampilan pada perangkat yang dapat menarik pengguna.

5. *Assurance*

Menggambarkan sebuah kepercayaan karena reputasi dan kemampuan yang diberikan oleh perangkat.

6. *Convenience*

Menggambarkan kemudahan dalam mengakses layanan.

7. *Customization*

Perangkat pada *self service technology* dapat diubah sesuai dengan preferensi pengguna.

### **2.3.3. Tipe-Tipe Self Service Technology**

Menurut (Lin & Hsieh, 2011) *Self service technology* dibedakan menjadi empat tipe, diantara sebagai berikut:

1. Sistem telepon dan respon suara interaktif (*Interactive Voice Response*)
2. Kios *freestanding* interaktif
3. Sistem koneksi berbasis internet atau *online ATM*
4. Video/CD.

### **2.3.4. Mobile Banking**

#### **2.3.4.1. Pengertian Mobile Banking**

*Mobile banking* merupakan salah satu jenis layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler atau GSM (Global Mobile Communication) atau ponsel CDMA dengan menggunakan

layanan data yang ditawarkan oleh operator telepon seluler (Supriyono, 2011).

*Mobile banking* adalah layanan *online* yang memungkinkan pengguna untuk mengakses rekening bank mereka di perangkat seluler mereka dan melakukan operasi seperti memeriksa saldo rekening, mengirim uang, melakukan pembayaran, atau menjual saham. *Mobile banking* sebagai *Alternatif delivery channel* (ADC) yang umum untuk berbagai transaksi finansial dan non finansial (Shaikh & Karjaluo, 2015).

Menurut (OJK, 2013) menyatakan bahwa *mobile banking* atau disebut juga *m-banking* adalah kegiatan melakukan transaksi keuangan melalui media *mobile*, baik melalui aplikasi *m-banking* maupun aplikasi standar operator seluler.

#### **2.3.4.2. Manfaat Penggunaan *Mobile Banking***

Menurut (Supriyono, 2011) manfaat yang diperoleh dari penggunaan *mobile banking* diantaranya sebagai berikut:

1) Mudah

Kemudahan melakukan transaksi seperti halnya transaksi melalui ATM.

2) Praktis

Nasabah dapat melakukan transaksi secara langsung menggunakan *smartphone* tanpa harus pergi ke kantor cabang bank tersebut.

3) Aman

*Mobile banking* dilengkapi dengan sistem proteksi yang maksimal secara otomatis sudah terprogram pada saat pendaftaran dengan menggunakan PIN yang ditentukan sendiri oleh nasabah.

4) Penggunaan yang bersahabat

*Mobile banking* dirancang dengan sesederhana mungkin sehingga nasabah mudah mengerti fitur-fitur yang terdapat didalamnya.

5) Nyaman

Melalui layanan *mobile banking* dapat melakukan berbagai macam transaksi kecuali penarikan secara tunai.

#### **2.3.4.3. *Mobile Banking* Ditinjau dari Perspektif Islam**

Islam adalah agama yang mengatur segala aspek kehidupan, salah satunya dalam aspek ekonomi, tentu memiliki cara-cara tersendiri dalam menarik kebaikan menurut kaidah agama Islam. Menurut perspektif aksinologinya ekonomi Islam mengacu pada setiap kegiatan manusia yang didasarkan pada ridho Allah SWT, dalam rangka melaksanakan tugas dari Allah SWT untuk memakmurkan bumi. Oleh karena itu, dalam perekonomian umat Islam harus mengutamakan keharmonisan serta pelestarian alam.

Transaksi pada *mobile banking* terbukti aman dikarenakan adanya dasar perlindungan hukum yang berlapis sehingga hak-hak nasabah dapat dilindungi serta tidak dapat diperlakukan semena-mena tanpa adanya pertanggung jawaban. Akad dalam *mobile banking* juga sudah sesuai

dengan syarat sahnya perjanjian yaitu dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad.

## **2.4. Ketersediaan Fitur**

### **2.4.1. Pengertian Fitur**

Menurut (Tjiptono, 2002) Fitur adalah elemen produk yang dianggap penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar keputusan pembelian. Dalam teori pemasaran fitur merupakan salah satu elemen dari atribut produk.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) fitur adalah komponen produk yang memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh produk lain dan dimaksudkan untuk meningkatkan manfaat produk sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk tersebut.

Menurut (Kotler & Keller, 2012) fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar. Sedangkan menurut (Schmitt, 2010) fitur merupakan karakteristik dari suatu produk yang dapat melengkapi fungsi dasar produk tersebut. Karena fitur menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional fitur dijadikan kunci untuk membedakan produk dengan produk lainnya.

### **2.4.2. Indikator Fitur**

Menurut (Kotler & Keller, 2012) untuk mengukur fitur produk terdapat empat indikator, diantaranya:

1. Keberagaman fitur
2. Kualitas fitur
3. Kepentingan fitur
4. Kelengkapan fitur

## **2.5. Hubungan Antar Variabel**

### **2.5.1. Hubungan Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Keputusan**

Intensitas penggunaan dan interaksi pemakai (user) dengan sistem dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Sistem yang lebih sering digunakan berarti teknologinya lebih dikenal, lebih mudah digunakan, dan lebih mudah dikerjakan. Oleh sebab itu seseorang akan mengambil suatu keputusan penggunaan jika dirasa sistem tersebut mudah untuk digunakan (Adams, Nelson, & Todd, 1992).

Menurut Iqbaria kemudahan dapat berdampak pada perilaku seseorang. Apabila semakin tinggi persepsi seseorang mengenai kemudahan dalam menggunakan teknologi, maka semakin tinggi juga tingkat pemanfaatan teknologi tersebut.

### **2.5.2. Hubungan Persepsi Manfaat dengan Keputusan**

Menurut (Thompson, 1991) penggunaan teknologi informasi adalah manfaat yang diharapkan dari pengguna sistem informasi dalam menjalankan



tugasnya, pengukurannya didasarkan pada intensitas penggunaan, frekuensi penggunaan dan jumlah aplikasi atau perangkat lunak yang digunakan.

Menurut Iqbaria persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi adalah faktor dominan untuk menjelaskan persepsi kegunaan dari suatu sistem. Persepsi tentang manfaat ini mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penggunaan sistem (Jin, 2003) .

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan suatu teknologi yang baik dapat memenuhi kebutuhan individual dan menyelesaikan tugas dari penggunaanya. Oleh karena itu, pengguna akan memutuskan menggunakan teknologi tersebut apabila memberikan manfaat yang baik.

### **2.5.3. Hubungan Ketersediaan Fitur dengan Keputusan**

Menurut (Kotler & Armstrong, 2008) fitur adalah komponen produk yang memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh produk lain dan dimaksudkan untuk meningkatkan manfaat produk sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk tersebut.

Menurut (Tjiptono, 2002) fitur adalah elemen produk yang dianggap penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen dikarenakan fitur melekat erat pada suatu produk dan sering kali digunakan oleh konsumen sebagai dasar pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak barang atau jasa yang ditawarkan.

## 2.6. Hasil Penelitian yang Relevan

Peneliti mencari, membaca, dan mempelajari tentang penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan sebagai dasar acuan, membandingkan, serta menyempurnakan penelitian sebelumnya. Dari literatur yang peneliti pelajari, terdapat penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penulisan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut

Tabel 2.1  
Hasil Penelitian yang Relevan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	(Aini, Wijayantini, & Rusdiyanto, 2022)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> bank Syariah Indonesia Cabang Jember	Persamaan terletak pada variabel persepsi kemudahan dan variabel keputusan menggunakan <i>mobile banking</i>	Perbedaan terletak pada variable. Dalam penelitian ini menggunakan variable fitur layanan islami dan objek penelitian ini pada Bank Syariah cabang Jember.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan dan variabel persepsi fitur layanan islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah

					Indonesia Cabang Jember
2.	(Pramelani & Fitra, 2020)	Pengaruh Promosi dan Fitur Layanan Transaksi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pemilihan <i>E-Wallet</i>	Persamaan terletak pada variabel fitur layanan	Perbedaan terletak pada variable. Dalam penelitian ini menggunakan variabel promosi dan objek penelitian ini adalah aplikasi <i>e-wallet</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi dan variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pemilihan <i>e-wallet</i>
3.	(Itishom, Martini, & Novandari, 2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga terhadap Sikap serta Keputusan Konsumen untuk Menggunakan <i>GO-Pay</i>	Persamaan terletak pada variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan.	Perbedaan terletak pada variabel. Penelitian ini menggunakan variabel persepsi risiko dan persepsi harga serta objek penelitian ini adalah pada aplikasi <i>go-pay</i> dan metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode SEM.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif, Persepsi kemudahan berpengaruh positif, Persepsi risiko berpengaruh negatif dan persepsi harga tidak berpengaruh positif terhadap

					keputusan konsumen.
4.	(Ambarwati, 2019)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap keputusan Menggunakan <i>Go-Pay</i> Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta	Persamaan terletak pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan	Perbedaan terletak pada variabel persepsi kepercayaan, serta objek penelitian ini pada aplikasi <i>go-pay</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif signifikan, variabel persepsi kemudahan berpengaruh tidak signifikan, sedangkan variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan <i>Go-Pay</i> .
5.	(Alistriwahyuni, 2019)	Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur Layanan terhadap Keputusan Pembelian Pada pengguna <i>i-</i>	Persamaan terletak pada variabel kemudahan penggunaan dan fitur layanan.	Perbedaan terletak pada variabel promosi penjualan dan objek penelitian ini adalah pada aplikasi <i>i-saku</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh positif dan signifikan, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh

		<i>Saku</i> Di Indomaret			positif, dan variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pengguna <i>i-saku</i> .
6.	(Iliyin & Widiartanto, 2020)	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi kasus pada pengguna OVO Di Kouta Surakarta)	Persamaan terletak pada variabel persepsi kemudahan pemggunaan	Perbedaan terletak pada variabel persepsi keamanan dan objek penelitian ini adalah pada aplikasi OVO.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan variabel persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan OVO.
7.	(Ningsih, Sasmita, & Sari, 2021)	Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Menggunaka	Persamaan terletak pada variabel persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.	Perbedaan terletak pada variabel persepsi risiko dan pada objek penelitian ini adalah pada QRIS.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat, persespi kemudahan penggunaan, dan persepsi

		n uang Elektronik (QRIS)Pada Mahasiswa			risiko baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan uang elektronik (QRIS).
8.	(Gunawan, Ali, & Nugroho, 2019)	<i>Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek</i>	Persamaan terletak pada variable <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> .	Perbedaan terletak pada objek penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan objek PT Tokopedia.	Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa variable <i>perceived usefulness</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen, variabel <i>perceived ease of use</i> berpengaruh negatif tidak sognifikan terhadap sikap konsumen, dan variable <i>perceived ease of use</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

					keputusan pembelian.
9.	(Denny Indra Prasetiawan, Siti Aisjah, & Rofiaty, 2021)	<i>The Effect of Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Social Influence on The of Mobilr Banking through the Mediation of Attitude Towards use</i>	Persamaan terletak pada variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> .	Perbedaan terletak pada variabel <i>social influence</i> , dan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel <i>perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , dan <i>social influence</i> berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .
10.	(Kumar, Dhingra, Batra, & Purohit, 2020)	<i>A Fromework of Mobile Banking Adoption In India</i>	Persamaan terletak pada variabel <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> .	Perbedaan terletak pada variabel <i>self eficiency</i> , <i>personal innovativeness</i> , <i>subjective norms</i> , dan <i>trust</i> .	Berdasarkan penelitian ini menunjukkan hasil bahwa <i>Perceived usefulness</i> , <i>perceived ease of use</i> , <i>personal innovativeness</i> , <i>subjective norms</i> , <i>trust</i> berpengaruh terhadap adopsi <i>mobile banking</i> , sedangkan <i>self eficiency</i> tidak berpengaruh terhadap niat

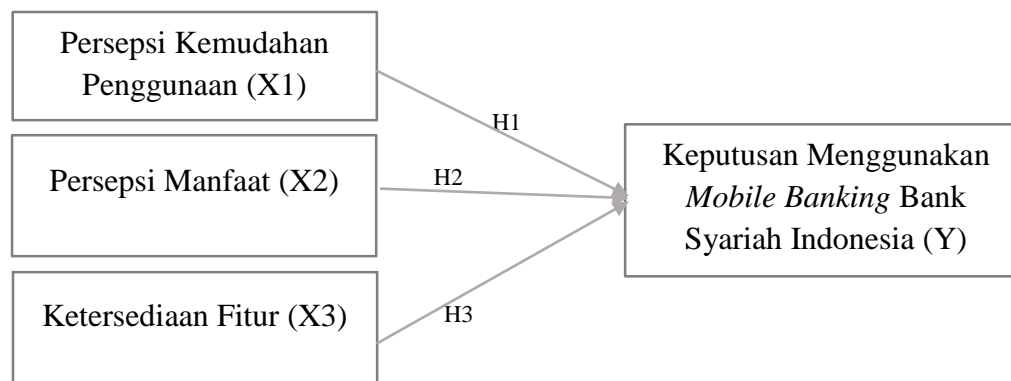
					adopsi <i>mobile banking</i> .
11.	(Hu, Ding, Li, Chen, & Yang, 2019)	<i>Adoption Intention of Fintech services for Bank Users: An Empirical Examination with an Extended Technology Acceptance Model</i>	Persamaan terletak pada variable <i>perceived ease of use</i> dan <i>perceived usefulness</i> .	Perbedaan terletak pada metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan metode SEM. Sedangkan penulis menggunakan metode analisis regresi linier berganda.	Berdasarkan penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap pengguna terhadap adopsi layanan <i>fintech</i> , persepsi kemudahan penggunaan dan risiko tidak berpengaruh terhadap sikap pengguna terhadap adopsi layanan <i>fintech</i> .
12.	(Le, Pham, Chu, Nguyen, & Ngo, 2020)	<i>Factors Affecting Continuance Intention Mobile Banking In Vietnam</i>	Persamaan terletak pada variabel Manfaat dan kemudahan,	Perbedaan terletak pada variabel kepuasan, kesesuaian tugas teknologi, dan risiko. Metode yang digunakan yaitu TAM,	Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan, kesesuaian tugas teknologi, kemnafaatan, dan risiko berpengaruh



				TTF, dan ECM.	terhadap niat berkelanjutan penggunaan <i>mobile banking</i> , sedangkan kemudahan tidak berpengaruh terhadap niat berkelanjutan penggunaan <i>mobile banking</i> .
--	--	--	--	---------------	---

## 2.7. Kerangka Berpikir

Gambar 2.1  
Kerangka Berpikir



Sumber: (Aini, Wijyantini, & Rusdiyanto, 2022)

yang telah dimodifikasi

Sesuai dengan model diatas, maka variabel dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Persepsi Kemudahan Penggunaan
2. Persepsi Manfaat
3. Ketersediaan Fitur
4. Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.

## **2.8. Hipotesis**

Rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan memiliki jawaban sementara berupa hipotesis. Mengingat tanggapan-tanggapan tersebut masih berdasarkan teori, maka hal ini disebut sementara. Hipotesis dibuat menggunakan kerangka dasar penalaran sebagai jawaban sementara untuk masalah tersebut (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan pengertian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **2.8.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Aini, Wijyantini, & Rusdiyanto, 2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Iliyin & Widiartanto, 2020)

yang menghasilkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan.

**H1: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.**

### **2.8.2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking***

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ningsih, Sasmita, & Sari, 2021) menemukan hasil bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan QRIS pada *mobile banking*. Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Itishom, Martini, & Novandari, 2020) yang menunjukkan persepsi manfaat berpengaruh positif terhadap keputusan.

**H2: Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.**

### **2.8.3. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking***

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Pribadi & Gunawan, 2020) menunjukkan hasil bahwa fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *internet banking*. Penelitian tersebut juga sejalan

dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pramelani & Fitra, 2020) yang menunjukkan bahwa fitur berpengaruh positif terhadap keputusan.

**H3: Ketersediaan Fitur berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia**

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian ini dimulai dari penyusunan proposal hingga tersusunnya laporan adalah dari bulan September 2022 sampai dengan Maret 2023. Sementara itu objek yang digunakan dalam penelitian adalah masyarakat Muslim di wilayah Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

### **3.2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2013) Metode penelitian kuantitatif sebagai teknik yang digunakan untuk meneliti populasi maupaun sampel tertentu. Prosedur penentuan sampel secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, tujuannya adalah untuk menguji hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan.

Tujuan penelitian kuantitatif disusun secara sistematis, terencana, dan digariskan secara tegas sejak awal hingga terbentuknya rencana studi. Cara lain untuk menggambarkan penelitian kuantitatif adalah sebagai studi yang sangat bergantung pada statistik, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data hingga publikasi temuan. Selain itu, pada tahap akhir penelitian, sebaiknya dilampirkan gambar, tabel, diagram atau sudut pandang lainnya (Hardani, et al., 2020).

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah masyarakat muslim di wilayah Kecamatan Kartasuro Kabupaten Sukoharjo. Diperoleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sukoharjo dapat diketahui masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura adalah sebanyak 99.271 jiwa.

Populasi mengacu pada item penelitian yang lengkap, yang dapat mencakup orang, benda, hewan, tumbuhan, gejala, hasil uji, atau peristiwa yang digunakan sebagai sumber data dan memiliki seperangkat karakteristik tertentu (Hardani, et al., 2020).

#### 3.3.2. Sampel

Menurut (Hardani, et al., 2020) sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan menggunakan suatu teknik pengambilan sampling. Adapun Rumus yang digunakan dalam mengukur sampel pada penelitian ini adalah menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{99.271}{1 + 99.271 (10\%)^2}$$

$$n = 99,899 = 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus *Slovin* diatas, maka sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

### **3.4. Teknik Pengambilan Sampel**

Penulis menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan sampel pada penelitian ini. Ciri khusus dari teknik *purposive sampling* adalah apabila anggota dari sampel yang terpilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian (Hardani, et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan kriteria dalam pemilihan sampel, diantaranya sebagai berikut:

1. Masyarakat muslim diwilayah Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo
2. Masyarakat yang tergolong kedalam usia produktif yaitu 20-40 tahun
3. Minimal transaksi menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 3 kali.

### **3.5. Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diambil dari hasil kuisisioner dan observasi yang dilakukan oleh penulis secara langsung kepada responden. Sedangkan data sekunder berasal dari website, jurnal dan buku yang penulis pelajari untuk mendukung keberlangsungan penelitian.

Data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan secara langsung, dan metode pengumpulan data primer yang paling umum adalah melalui penggunaan eksperimen dan survei. Sedangkan data sekunder adalah data yang sudah tersedia

yang dikumpulkan dari sumber tidak langsung seperti sumber tertulis pemerintah atau perpustakaan (Hardani, et al., 2020).

### **3.6. Teknik pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan metode kuisisioner, metode observasi, dan metode dokumentasi sebagai teknik pengumpulan datanya. Metode kuesioner adalah teknik pengumpulan data dimana seseorang diberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus segera ditanggapi (Sugiyono, 2013).

Metode dokumentasi menurut (Sugiyono, 2013) adalah suatu cara untuk memperoleh informasi berupa buku, arsip, dokumen, angka tertulis dan gambar dalam bentuk laporan dan informasi untuk mendukung penelitian.

### **3.7. Variabel Penelitian**

Variabel sesungguhnya berasal dari fakta bahwa karakteristik tertentu bisa bervariasi di antara objek dalam suatu populasi. Peneliti berkonsentrasi pada satu atau lebih karakteristik objek saat meneliti populasi tersebut (Hardani, et al., 2020).

#### **3.7.1. Variabel Dependen**

Keputusan menggunakan *mobile banking* menjadi variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel tak bebas (*dependent variable*) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel tak bebas menjadi “...*primary interest to the researcher*” atau persoalan pokok bagi peneliti, yang kemudian menggunakannya sebagai objek penelitian (Hardani, et al., 2020).



### 3.7.2. Variabel Independen

Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur menjadi variabel independen dalam penelitian ini. Variabel bebas (*independent variable*) adalah variabel yang mempengaruhi atau secara teoritis dapat mempengaruhi variabel lainnya (Hardani, et al., 2020).

### 3.8. Definisi Operasional Variabel

Secara garis besar definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Keputusan	Menurut (Kotler & Keller, 2007) keputusan pembelian merupakan preferensi konsumen atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk.</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai.</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan.</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain (Kotler &amp; Keller, 2007)</li> </ol>

2.	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) definisi Kemudahan penggunaan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi itu mudah dan bebas dari usaha.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti</li> <li>2. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem</li> <li>3. Sistem mudah digunakan</li> <li>4. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan (Venkatesh &amp; Davis, 2000).</li> </ol>
3.	Persepsi Manfaat	Menurut (Venkatesh & Davis, 2000) persepsi manfaat ( <i>perceived usefulness</i> ) sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (<i>improves job performance</i>)</li> <li>2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (<i>increases productivity</i>)</li> <li>3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja individu (<i>enhances effectiveness</i>)</li> <li>4. Penggunaan sistem bermanfaat</li> </ol>

			bagi individu ( <i>the system is useful</i> ) (Venkatesh & Davis, 2000).
4.	Ketersediaan Fitur	Menurut (Kotler & Keller, 2012) fitur merupakan karakteristik produk yang menjadi pelengkap fungsi dasar.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberagaman fitur</li> <li>2. Kualitas fitur</li> <li>3. Kepentingan fitur</li> <li>4. Kelengkapan fitur (Kotler &amp; Keller, 2012).</li> </ol>

### 3.9. Analisis Data

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini melalui bantuan program SPSS. Metode regresi linier berganda adalah sebuah metode untuk mengukur dampak dari dua atau lebih variabel independen pada satu variabel dependen yang dikuantifikasi pada skala proporsional (Hardani, et al., 2020).

#### 3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Ghozali, 2018) Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan memberikan gambaran mengenai distribusi frekuensi variabel-variabel dalam penelitian sehingga dapat memberikan informasi berdasarkan hasil kesimpulan.

### 3.9.2. Uji Instrumen Data

Instrumen penelitian merupakan alat untuk mengukur fenomena sosial dan alam yang telah diamati. Istilah “variabel penelitian” digunakan untuk merujuk secara eksplisit ke semua fenomena ini. Sementara itu para peneliti dalam bidang sosial lebih sering menggunakan instrumen yang disusun sendiri termasuk untuk menguji validitas dan reliabilitasnya (Sugiyono, 2013).

#### 3.9.2.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidak kuisisioner yang akan digunakan. Kuisisioner tersebut dapat dikatakan valid jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisisioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Pengukuran validitas menggunakan nilai *coefficient correlation pearson* yaitu menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan atau pernyataan dengan total skor dan tingkat validitas dapat diketahui dengan cara membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel (Ghozali, 2018).

#### 3.9.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila tanggapan dari pernyataan kuisisioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,70$  (Ghozali, 2018).

### 3.9.3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik perlu dilakukan sebelum melakukan analisis regresi, pengujian asumsi klasik meliputi:

#### 3.9.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji regresi variabel dependen maupun independen apakah memiliki distribusi normal atau tidak. Model distribusi yang baik seharusnya terdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2018).

Analisis normalitas dengan menggunakan uji K-S dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi atau *asympt. Sig (2-tailed)*. Apabila nilai dari probabilitas tersebut signifikasinya kurang dari  $\alpha = 0.05$ , maka dari hasil tersebut data tidak terdistribusi normal. Sedangkan apabila nilai probabilitas signifikansi lebih dari  $\alpha = 0,05$  maka data terdistribusi normal.

#### 3.9.3.2. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas digunakan untuk melihat model regresi apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. apabila *variance* dari residual pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut dengan homoskedasitas. Model seperti inilah yang diharapkan terjadi. Sedangkan jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya berbeda, maka terjadi heteroskedasitas. Hasil analisis pada uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada

nilai *sig 2-tailed* jika nilai *sig 2-tailed* > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

### **3.9.3.3. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas adalah sebuah pengujian yang digunakan untuk melihat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang diharapkan seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hal ini dapat diketahui dengan cara melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolonieritas.

### **3.9.4. Uji Ketepatan Model**

Uji ketepatan model dapat dilakukan dengan dua cara pengujian, yaitu meliputi:

#### **3.9.4.1. Uji Simultan (Uji F)**

Uji Simultan digunakan untuk melihat apakah variabel independen secara bersamaan dapat mempengaruhi variabel dependen serta untuk mengukur keakuratan fungsi regresi dalam menaksir nilai actual melalui *goodness of fit*. Hipotesis akan diuji dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018).

### 3.9.4.2. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi bertujuan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Nilai yang mendekati satu artinya variabel bebas hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2018).

### 3.9.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi dilakukan untuk menguji bagaimana satu variabel (variabel dependen) berhubungan dengan variabel lain (variabel independen) yang merupakan variabel penjelas (explanatory variables) untuk memperkirakan nilai rata-rata populasi variabel dependen (Abdullah, 2015).

Regresi linier berganda dimaksudkan untuk menguji pengaruh dua arah atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini memperkirakan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (Febriyani, 2019).

Adapun rumus dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_{1x1} + \beta_{2x2} + \beta_{3x3} + \epsilon_i$$

### **3.9.6. Uji Hipotesis**

#### **3.9.6.1. Uji T**

Uji T diperlukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika signifikansi  $t$  hitung  $> 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima artinya variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikansi  $t$  hitung  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2018).



## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

##### 4.1.1 Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan atas dasar permasalahan-permasalahan yang ditemukan oleh peneliti yaitu mengenai minimnya pengguna bank BSI *Mobile*. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari 17 juta nasabah Bank Syariah Indonesia baru 4,07 juta yang menggunakan layanan BSI *Mobile*. Berdasarkan data tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia belum menggunakan layanan BSI *Mobile*.

Penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang digunakan untuk menjelaskan tentang penerimaan suatu teknologi informasi baru. Pada penelitian ini teknologi yang dimaksudkan adalah layanan BSI *Mobile*.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling dan rumus Slovin untuk penghitungan sampelnya.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif sehingga data yang digunakan berupa angka. Kemudian hasil data yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner tersebut akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS untuk menarik

kesimpulan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*.

#### 4.1.2 Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim yang menggunakan *BSI Mobile* di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Pada penelitian ini membutuhkan responden sebanyak 100 orang yang sudah memenuhi kriteria penelitian.

Tabel 4.1

Hasil Pendistribuan Kuisisioner

No	Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
1.	Kuisisioner yang diterima	100	100%
2.	Kuisisioner yang sudah diolah	100	100%

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat disimpulkan bahwa kuisisioner yang sudah diterima oleh peneliti sebanyak 100 responden dan sudah sesuai dengan kriteria penelitian. Sehingga sudah dapat diolah dan dianalisis melalui aplikasi SPSS.

#### 1. Jenis Kelamin Responden

Berikut ini adalah hasil analisis data responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.2  
Deskripsi Data responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-Laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total	100	100%

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang, dengan kategori responden laki-laki sebanyak 34 orang sedangkan 66 orang lainnya adalah responden perempuan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan. Hal ini dikarenakan penduduk Kecamatan Kartasura lebih banyak yang berjenis kelamin perempuan.

## 2. Usia Responden

Berikut ini adalah hasil analisis data responden berdasarkan usia:

Tabel 4.3  
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
20-25	51	55%
26-30	23	23%
31-35	17	17%
36-40	9	9%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa responden dengan rentan usia 20-25 sebanyak 51 orang, usia 26-30 sebanyak 23 orang, usia 31-35 sebanyak 17 orang, dan 36-40 sebanyak 9 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia 20-25 tahun.

### 3. Alamat Responden

Berikut ini merupakan hasil analisis data responden berdasarkan alamat:

Tabel 4.4

Deskripsi Data Responden Berdasarkan Alamat

<b>Desa/Kelurahan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Makam Haji	11	11%
Ngadirejo	8	8%
Singopuran	10	10%
Ngabeyan	7	7%
Wirogunan	2	2%
Kertonatan	5	5%
Pucangan	16	16%
Pabelan	12	12%
Ngemplak	4	4%
Kartasura	5	5%
Gumpang	3	3%
Gonilan	17	17%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa jumlah responden dari Desa Makam Haji sebanyak 11 orang, Desa Ngadirejo sebanyak 8 orang, Desa singopuran sebanyak 10 orang, Desa Ngabeyan sebanyak 7 orang, Desa Wirogunan sebanyak 2 orang, Desa Kertonatan sebanyak 5 orang, Desa Pucangan sebanyak 16 orang, Desa Pabelan sebanyak 12 orang, Desa Ngemplak sebanyak 4 orang, Desa Kartasura sebanyak 5 orang, dan Desa Gumpang sebanyak 3 orang.

#### 4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5  
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Mahasiswa	42	42%
Karyawan Swasta	36	36%
Wiraswasta	11	11%
Pegawai Negeri	4	4%
Lainnya	7	7%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa responden mahasiswa sebanyak 42 orang, karyawan swasta sebanyak 36 orang, wiraswasta sebanyak 11 orang, pegawai negeri sebanyak 4 orang, dan lainnya sebanyak 7 orang.

## 4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data

### 4.2.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu diantaranya persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, ketersediaan fitur dan Keputusan. Dari keempat variabel tersebut akan diuji secara deskriptif, seperti yang terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.6  
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Penggunaan	100	12	20	17.30	1.817
Persepsi Manfaat	100	13	20	17.33	1.939
Ketersediaan Fitur	100	10	20	17.23	2.103
Keputusan	100	11	20	17.42	1.793
Valid N (listwise)	100				

(Sumber: data Diolah,2023)

Analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 12. Sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 17,30 dan standar deviasi pada variabel persepsi kemudahan penggunaan adalah sebesar 1,817.

- b) Variabel persepsi manfaat memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 13. Sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 17,33 dan standar deviasi pada variabel persepsi manfaat adalah sebesar 1,939.
- c) Variabel ketersediaan fitur memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 10. Sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 17,23 dan standar deviasi pada variabel ketersediaan fitur adalah sebesar 2,103.
- d) Variabel keputusan memiliki nilai *minimum* (terendah) sebesar 11. Sedangkan nilai *maximum* (tertinggi) sebesar 20 dengan nilai rata-rata (mean) masing-masing responden sebesar 17,42 dan standar deviasi untuk variabel keputusan adalah sebesar 1,793.

#### **4.2.2 Uji Instrumen Penelitian**

Peneliti telah melaksanakan prosedur penelitian dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap 100 responden.

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah kuisioner yang digunakan valid atau tidak. Uji validitas ini dianalisis menggunakan aplikasi SPSS. Pengukuran validitas dapat diketahui dengan membandingkan antara nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pernyataan dalam kuisioner dapat dikatakan valid.

R tabel dapat dihitung menggunakan *degree or freedom* ( $df$ ) =  $N-2$ . Oleh karena itu dapat diketahui untuk r tabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut,  $df = 100-2 = 98$  sehingga r tabel (0,05;98) yaitu sebesar 0,1966. Berikut ini merupakan hasil olah data untuk uji validitas pada setiap variabel.

a. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan penggunaan

Item-item persepsi Kemudahan Penggunaan	R hitung	R tabel	Keputusan
X1.1	0.421	0,1966	Valid
X1.2	0.772	0,1966	Valid
X1.3	0.703	0,1966	Valid
X1.4	0.706	0,1966	Valid

(Sumber: Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pada variabel persepsi kemudahan penggunaan menghasilkan r hitung > r tabel. Oleh karena itu, pernyataan-pernyataan dalam variabel persepsi kemudahan dapat dikatakan valid sehingga layak untuk digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Manfaat



Item-Item Persepsi Manfaat	R hitung	R tabel	Keputusan
X2.1	0,729	0,1966	Valid
X2.2	0.717	0,1966	Valid
X2.3	0,688	0,1966	Valid
X2.4	0,684	0,1966	Valid

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa masing-masing item dari variabel persepsi manfaat maenghasilkan r hitung  $>$  r tabel. Oleh karena itu pernyataan-pernyataan pada variabel persepsi manfaat dapat dikatakan valid sehingga layak untuk dijadikan instrumen penelitian.

#### c. Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur

Item-Item Ketersediaan Fitur	R hitung	R tabel	Keputusan
X3.1	0,658	0,1966	Valid
X3.2	0,689	0,1966	Valid
X3.3	0,749	0,1966	Valid
X3.4	0,736	0,1966	Valid

(Sumber: data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa maing-masing item pada variabel ketersediaan fitur menghasilkan r hitung  $>$  r tabel. Oleh karena

itu pernyataan-pernyataan pada variabel ketersediaan fitur dapat dikatakan valid sehingga layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

#### d. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan

Item-Item Keputusan	R hitung	R tabel	Keputusan
Y.1	0,542	0,1966	Valid
Y.2	0,749	0,1966	Valid
Y.3	0,753	0,1966	Valid
Y.4	0,655	0,1966	Valid

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pada variabel keputusan menghasilkan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Oleh karena itu, pernyataan-pernyataan pada variabel keputusan dapat dikatakan valid sehingga layak untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah jawaban dari kuisioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Untuk menganalisis uji reliabilitas ini dibantu dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil analisis dapat dilihat melalui kolom tabel *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  0,07 maka kuisioner tersebut dapat dikatakan reliabel. Berikut ini adalah hasil analisis uji reliabilitas untuk setiap variabel.

## a) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

Tabel 4.11  
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,703	0,70	Reliabel

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,703 yang artinya lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan dapat dikatakan reliabel

## b) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Manfaat

Tabel 4.12  
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Manfaat

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,748	0,70	Reliabel

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,748 yang artinya lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel persepsi manfaat dapat dikatakan reliabel.

## c) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan Fitur

Tabel 4.13  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ketersediaan fitur

<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,731	0,70	Reliabel

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.731 yang artinya lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel ketersediaan fitur dapat dikatakan reliabel.

## d) Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan

Tabel 4. 14  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan

Cronbach's alpha	Nilai Kritis Reliabel	Keputusan
0,733	0,70	Reliabel

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,733 yang artinya lebih besar dari 0,70. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel keputusan dapat dikatakan reliabel.

### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

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

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji regresi variabel dependen maupun independen apakah memiliki distribusi normal atau tidak. Model distribusi yang baik seharusnya terdistribusi normal atau mendekati normal. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka terdistribusi normal. Berikut ini merupakan tabel hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.15  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12114977
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.055
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151 <sup>c</sup>

(Sumber: Data Diolah,2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada tabel *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,151 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Hal ini dapat diketahui dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai VIF lebih besar dari 10, maka terjadi multikolonieritas. Sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka tidak terjadi multikolonieritas. Berikut ini merupakan hasil uji multikolonieritas dalam penelitian ini:

Tabel 4.16  
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Nilai VIF	Nilai <i>Tolerance</i>	Keputusan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	2,284	0,438	Tidak terjadi multikolonieritas
Persepsi Manfaat	1,577	0,634	Tidak terjadi multikolonieritas
Ketersediaan Fitur	2,330	0,429	Tidak terjadi multikolonieritas

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai VIF pada masing-masing variabel yaitu variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur berturut-turut adalah sebesar

2,284;1,577;2,330 yang artinya nilai VIF ketiga variabel kurang dari 10. Kemudian untuk nilai *tolerance* pada masing-masing variabel berurut-turut sebesar 0,438;0,634;0,429 yang artinya nilai *tolerance* untuk ketiga variabel lebih dari 0,1. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bebas dari multikolonieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui model regresi apakah terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika *variance* dari residual pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut dengan homoskedastisitas dan model seperti inilah yang diharapkan terjadi. Apabila nilai *sig. 2 tailed* > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.17  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai <i>sig. 2 tailed</i>	Nilai Standar	Keputusan
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,929	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Manfaat	0,783	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Ketersediaan Fitur	0,144	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi ketiga variabel berturut-turut sebesar 0,929;0,783;0,144 yang artinya lebih besar dari

0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.2.4 Uji Ketepatan Model

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

Uji determinasi digunakan untuk menjelaskan proporsi variabel terikat yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Nilai yang mendekati satu artinya variabel bebas hampir memberikan semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel terikat (Imam Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini

Tabel 4.18  
Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.597	1.13853

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,597 yang artinya variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel keputusan sebesar 59,7% sedangkan 40,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.



## 2. Uji Simultan (F)

Uji Simultan dilakukan untuk membuktikan apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis akan diuji dengan cara membandingkan antara  $f$  hitung dengan  $f$  tabel serta dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel dan nilai signifikansi  $<$  0,05 maka variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Berikut merupakan hasil uji simultan dalam penelitian ini:

Tabel 4.19  
Hasil Uji Simultan (F)

Variabel Independen	Nilai F Hitung	Nilai Signifikansi	Keputusan
Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Manfaat Ketersediaan Fitur	49,866	0,000	Berpengaruh

(Sumber: Data Dioalah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai  $f$  hitung lebih besar dari  $f$  tabel. Nilai  $f$  hitung sebesar 49,866 sedangkan nilai  $f$  tabel sebesar 2,70. Nilai  $p$ -value sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### 4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua arah atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model ini memperkirakan adanya hubungan satu garis lurus/linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.

Tabel 4.20  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.029	1.206		2.510	.014
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.314	.095	.318	3.295	.001
	Persepsi Manfaat	.261	.074	.282	3.521	.001
	Ketersediaan Fitur	.258	.083	.302	3.105	.002

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, model persamaan regresi dapat dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 3,029 + 0,314X_1 + 0,261X_2 + 0,258X_3 + e$$

- a. Nilai konstanta sebesar 3,029 menunjukkan bahwa variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan ketersediaan fitur) dianggap konstan atau sama dengan nol maka keputusan menggunakan BSI *Mobile* sebesar 3,029.

- b. Nilai koefisien regresi dari persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,314 artinya bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai persepsi kemudahan penggunaan akan menambah nilai keputusan menggunakan *BSI Mobile* sebesar 0,314 tanpa dipengaruhi faktor lainnya.
- c. Nilai koefisien regresi dari persepsi manfaat sebesar 0,261 artinya bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai persepsi manfaat akan menambah nilai keputusan menggunakan *BSI Mobile* sebesar 0,261 tanpa dipengaruhi faktor lainnya.
- d. Nilai koefisien regresi dari ketersediaan fitur sebesar 0,258 artinya bahwa setiap penambahan 1 satuan nilai ketersediaan fitur akan menambah nilai keputusan menggunakan *BSI Mobile* sebesar 0,258 tanpa dipengaruhi faktor lainnya.

#### **4.2.6 Uji Hipotesis**

Uji T digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Jika nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel dan tingkat signifikan  $<$  0,05 maka hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak dan  $H_a$  diterima artinya variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai signifikansi  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel dan nilai signifikan  $>$  0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependennya. Berikut hasil uji hipotesis dalam penelitian ini:

Tabel 4.21  
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.029	1.206		2.510	.014
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.314	.095	.318	3.295	.001
	Persepsi Manfaat	.261	.074	.282	3.521	.001
	Ketersediaan Fitur	.258	.083	.302	3.105	.002

(Sumber: Data Diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel kemudahan penggunaan dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,295 nilai t tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel dengan nilai signifikansi < 0,05. Oleh karena itu, variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.
2. Pada variabel manfaat dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 3,521 nilai t tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,001. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung > t tabel dengan nilai signifikansi < 0,05. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.

3. Pada variabel ketersediaan fitur dapat dilihat bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 3,105 nilai  $t$  tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,002. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan fitur berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.

### **4.3 Pembahasan Hasil Penelitian**

#### **4.3.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan *BSI Mobile***

Berdasarkan hasil olah data pada uji  $t$ , dapat dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*. Hasil tersebut dapat diketahui pada tabel 4.21 yang menunjukkan bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 3,295, nilai  $t$  tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.

Menurut (Davis, 1989) persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Sedangkan menurut (Jogiyanto, 2008) kemudahan adalah suatu tingkatan dimana seseorang meyakini bahwa menggunakan teknologi akan

terbebas dari usaha. Kemudahan penggunaan dapat dengan mudah dipelajari, dipahami, dan mudah dioperasikan.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi informasi secara individual. Berdasarkan teori TAM yang disampaikan oleh (Davis, 1989) penerimaan teknologi informasi dapat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan.

Hubungan persepsi kemudahan penggunaan dengan penggunaan teknologi menurut (Adams, Nelson, & Todd, 1992) yang menjelaskan bahwa teknologi akan lebih sering digunakan apabila dirasa sistem tersebut mudah untuk digunakan. Sedangkan menurut (Iqbaria, 2000) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan akan berdampak pada perilaku yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan sistem, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki keterkaitan dengan keputusan seseorang dalam menggunakan BSI *mobile*. Seperti sistem pada BSI *mobile* yang mudah digunakan, penggunaanya yang fleksibel serta mudah untuk dipelajari. Sehingga seseorang memilih menggunakan BSI *mobile* untuk membantu dalam berbagai macam transaksi.

Berdasarkan hasil literatur mengenai penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aini, Wijayantini, & Rusdiyanto, 2022) dan (Iliyin & Widiartanto, 2020) yang menghasilkan bahwa variabel kemudahaan berpengaruh positif terhadap keputusan..

#### **4.3.2. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Keputusan Menggunakan BSI *Mobile***

Berdasarkan hasil olah data pada uji t, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI *Mobile*. Hasil tersebut dapat diketahui pada tabel 4.21 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,521 nilai t tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 yang artinya nilai t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Oleh karena itu, variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI *mobile*.

Menurut (Davis, 1989) persepsi manfaat merupakan tingkat sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam penggunaan suatu teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja pemakainya. Sedangkan menurut (Jogiyanto, 2008) persepsi manfaat dapat dijadikan suatu keyakinan seseorang dalam proses pengambilan suatu keputusan. Jika seseorang tersebut percaya bahwa teknologi yang digunakan bermanfaat, maka mereka akan menggunakan teknologi tersebut.

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang digunakan untuk menjelaskan penerimaan teknologi informasi secara individual. Teori TAM menurut (Davis, 1989) menjelaskan bahwa penerimaan teknologi informasi salah satunya dapat dipengaruhi oleh persepsi manfaat dari teknologi tersebut.

Hubungan persepsi manfaat dengan penggunaan teknologi informasi berdasarkan teori (Thompson, 1991) dapat dijelaskan bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan manfaat yang diharapkan pengguna dalam menjalankan tugasnya. Penggunaan teknologi yang baik dapat memenuhi kebutuhan individual sehingga dapat menyelesaikan tugas dari penggunanya.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki keterkaitan dengan keputusan seseorang dalam menggunakan BSI *mobile*. Seperti, Penggunaan BSI *mobile* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, dapat meningkatkan kinerja pengguna, lebih efektif, serta dapat meningkatkan produktifitas. Oleh karena itu seseorang memutuskan untuk menggunakan BSI *mobile* karena mendapatkan berbagai manfaat dari penggunaannya.

Berdasarkan literatur mengenai penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Itishom, Martini, & Novandari, 2020) dan (Ambarwati, 2019) yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan.

#### **4.3.3. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Keputusan Menggunakan BSI *Mobile***

Berdasarkan hasil olah data pada uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel variabel ketersediaan fitur berpengaruh terhadap keputusan menggunakan BSI *Mobile*. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.21 yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 3,105 nilai t tabel sebesar 1,98498 dan nilai signifikansi



sebesar 0,002. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Oleh karena itu, variabel ketersediaan fitur berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *BSI Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang disampaikan oleh (Tjiptono, 2002) yang menjelaskan bahwa fitur merupakan unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Sehingga teori tersebut dapat mendukung hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa faktor ketersediaan fitur dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Hasil penelitian ini juga didukung dari teori yang disampaikan oleh (Kotler & Armstrong, 2008) fitur adalah komponen produk yang memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh produk lain dan dimaksudkan untuk meningkatkan manfaat produk sehingga dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk tersebut. Karena fitur menjadi alasan konsumen untuk memilih suatu produk, maka fitur merupakan alat kunci untuk mendiferensikan produk dengan produk pesaing.

Fitur produk dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan oleh konsumen dikarenakan fitur melekat erat pada suatu produk dan sering kali digunakan oleh konsumen sebagai dasar pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak barang atau jasa yang ditawarkan. Seseorang akan

menggunakan barang atau jasa tersebut jika dinilai mampu memenuhi kebutuhan mereka.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fitur memiliki keterkaitan dengan keputusan seseorang dalam menggunakan *BSI Mobile*. Fitur *BSI mobile* yang lengkap mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan dari pengguna. Oleh karena itu, seseorang memutuskan menggunakan *BSI mobile* untuk membantu memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil literatur mengenai penelitian sebelumnya, hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Pramelani & Fitra, 2020) dan (Alistriwahyuni, 2019) yang menunjukkan variabel fitur berpengaruh positif terhadap keputusan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan ketersediaan fitur terhadap keputusan menggunakan *BSI mobile*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Sistem pada *BSI mobile* mudah untuk digunakan, mudah dipelajari, dan fleksibel. Oleh karena itu, masyarakat memutuskan menggunakan *BSI mobile* untuk membantu dalam berbagai macam transaksi.
2. Persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *BSI mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten sukoharjo. Penggunaan *BSI mobile* dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, dapat meningkatkan kinerja pengguna, lebih efektif, serta dapat meningkatkan produktifitas. Oleh karena itu masyarakat memutuskan untuk menggunakan *BSI mobile* karena mendapatkan berbagai manfaat dari penggunaannya.

3. Ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI *mobile* pada masyarakat muslim di Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. BSI *mobile* memiliki fitur-fitur yang lengkap, sehingga mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan dari masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat memutuskan menggunakan BSI *mobile* karena dianggap dapat membantu dalam memenuhi kebutuhannya.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penulis telah berupaya melakukan penelitian sesuai dengan praktik ilmiah yang tepat, namun masih terdapat beberapa keterbatasan, diantaranya:

1. Pengambilan sampel dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.
2. Penelitian ini hanya mencakup satu kecamatan yaitu Kecamatan Kartasura.
3. Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel tentunya masih kurang karena masih terdapat faktor lain yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi lebih banyak lagi.

## 5.3 Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan disertai adanya keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran antara lain:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia yang telah menjadi bank syariah terbesar di Indonesia diharapkan terus memberikan layanan yang dapat memberikan

manfaat serta kemudahan bagi para pengguna agar merasa senang dan puas dengan sistem yang diberikan.

2. Bagi peneliti selanjutnya perlu menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan menggunakan *BSI Mobile*, serta dapat memperluas objek penelitian.
3. Bagi pengguna *BSI Mobile* harus tetap mengutamakan kehati-hatian dalam bertransaksi, karena tidak semua tanggung jawab berada dipihak bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Achmad Sahri Romadon dan Risma Nurhapsari. (2020). Pengaruh kemudahan Terhadap Keputusan menggunakan E-Banking pada BNI 46 KC Karangayu Semarang dengan Minat Nasabah dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Majalah Ilmu Solusi*.
- Adams, D. A., Nelson, R. R., & Todd, P. (1992). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology: A Replication. *MIS Quarterly*, 16 (2), 227-247.
- Ahmadi, E. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas, Fitur, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Genuine Parts Di Jun'S Motor Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 6 (2), 148-156.
- Aini, S. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto. (2022). Pengaruh persepsi Kemudahan dan Persepsi Fitur Layanan Islmai Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, 1 (3), 493-503.
- Alistriwahyuni, N. (2019). Pengaruh Promosi Penjualan, Kemudahan Penggunaan, dan Fitur layanan i-Saku terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna i-Saku Di

- Indomaret (Studi Pada pengguna i-Saku Indomaret Kecamatan Watulimo Trenggalek). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 7 (2), 473-478.
- Ambarwati, D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa STIE AUB Surakarta . *Kelola: Journal of Business and Management*, 6 (2), 88-103.
- Atieq, M. Q., & Nurpiani, E. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 401-423.
- BI. (2017, 29 November). *bi.go.id*. Retrieved from Peraturan Bank Indonesia No.19/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi\\_191217.aspx](https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_191217.aspx)
- CNN. (2021, 10 Februari Rabu). *180 Juta Umat Muslim Baru 30 Juta Jadi Nasabah Bank Syariah*. Retrieved from [cnnindonesia.com: https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164445-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-nasabah-bank-syariah](https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164445-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-nasabah-bank-syariah)
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *JSTOR*, Vol. 18, No. 3, PP. 319-340.

- Febriyani, D. A. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dewantara*, 1 (11), 10-19.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). Analysis of The Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness On Consumer Attitude and Their Impacts On Purchase Decision On PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal of Business and Management Research*, 4 (5), 1-5.
- Hardani, Abadi, H., Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hidajat, K., & Setiawan, R. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat terhadap keputusan Belanja pada Aplikasi Digital Cumart dengan Kepercayaan Pelanggan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6 (2), 13725-13733.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption Intention of Fintech Services For Bank Users: An Empirical Examination With An Extended technology acceptance Model. *Symmetry*, 11 (3), 340.



- Iliyin, A., & Widiartanto. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan OVO PT Visionet Data Internasional (Studi Pada Pengguna OVO di Kota Surakarta). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9 (1), 85-92.
- Itishom, M. F., Martini, S., & Novandari, w. (2020). Pengaruh persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan Persepsi Harga Terhadap Sikap Serta Keputusan Konsumen Untuk Menggunakan Go-Pay. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 22(40, 514-532.
- Jin, T. f. (2003). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Akuntan Publik. *Jurnal Bisnis Akuntansi*, 5 (1), 1-26.
- Jogiyanto. (2008). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Juniwati. (2014). Influence of Preceived Usefulness, Ease of Use, Risk on Attitude and Intention to Shop Online. *Europen Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 27, Hal: 218-228.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi Milleneum, Jilid 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kumar, A., Dhingra, S., Batra, V., & Purohit, H. (2020). A Framework of Mobile Banking Adoption in India. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6 (2), 2020.
- Le, T. T., Pham, H. M., Chu, N. H., Nguyen, D. K., & Ngo, H. M. (2020). Factors Affecting User's Continuance Intention Towards Mobile Banking In Vietnam. *American Journal of Multidisciplinary Research & Development*, 2 (4), 42-51.
- Meuter, M. L., Ostrom, A. L., & Roundtree, R. I. (2000). Self Service Technologies: Understanding Customer Satisfaction With Technology Based Service Encounters. *Journal of Marketing*, 64 (3), 50-64
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2021). pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan persepsi Risiko Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4 (1), 1-9.
- Pramelani, & Fitra, S. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fitur Layanan Transaksi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan E-Wallet. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 16 (3), 208-213.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan terhadap Minat Nasabah Menggunakan

- Mobile Banking (Studi Kasus PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Journal Finance Business*, 8(1), 1-9.
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan nasabah pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat). *Jurnal Vislonida*, 6 (2), 64-71.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. CV. Andi Offset.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Shaikh, A. A., & Karjaluoto, H. (2015). Mobile Banking adoption: A Literature Review. *Telematics and Informatics*, 32 (1), 129-142.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: ALFABETA.
- supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension Of The Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46 (2), 186-204.

Lampiran 1

Jadwal Penelitian

Tahapan	Jenis Penelitian	Waktu Bulan ke-						
		10	11	12	1	2	3	4
Persiapan	Pengajuan Judul	X						
	Penyusunan Bab 1-3	X	X	X	X			
	Seminar Proposal					X		
Pelaksanaan	Pengumpulan Data					X		
	Penyusunan Bab 4-6					X	X	
	Pengolahan Data						X	
Penyusunan Laporan	Penyusunan hasil analisis dalam bentuk laporan						X	
	Sidang Munaqosah							X

## Lampiran 2

### Kuisisioner Penelitian

#### **I. IDENTITAS RESPONDEN**

Bapak/Ibu/Saudara/i diharapkan untuk mengisi identitas diri terlebih dahulu sebelum melakukan pengisian kuisisioner (Identitas diri dari Bapak/Ibu/Saudara/i akan kami rahasiakan). Mohon kepada Bapak/Ibu/saudara/i dapat melingkari atau memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang sesuai dibawah ini:

1. Nama Responden :
2. Alamat Responden :
3. Jenis Kelamin : a. Laki-laki  
b. Perempuan
4. Umur :
5. Pekerjaan : a. Pelajar  
b. Mahasiswa  
c. Swasta  
d. Wiraswasta  
e. PNS  
f. Lainnya

## II. PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

1. Bacalah pernyataan dibawah ini dengan cermat dan teliti
2. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu opsi pilihan yang dianggap sesuai dengan jawaban anda.
3. Skor/nilai dari setiap opsi jawaban adalah sebagai berikut:
  - 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2 : Tidak Setuju (TS)
  - 3 : Netral (N)
  - 4 : Setuju (S)
  - 5 : sangat Setuju (SS)
4. Jawaban yang anda berikan sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini.

## III. DAFTAR PERNYATAAN KUISIONER

### 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 4
1.	Menurut saya cara menggunakan BSI <i>mobile</i> jelas dan mudah dimengerti					
2.	Menurut saya bertransaksi menggunakan BSI <i>mobile</i> tidak membutuhkan banyak usaha.					

3.	Saya merasa mudah saat menggunakan BSI <i>mobile</i> .					
4.	Secara keseluruhan BSI <i>mobile</i> dapat bekerja sesuai dengan yang saya inginkan.					

## 2. Persepsi Manfaat (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5
1.	Penggunaan BSI <i>mobile</i> dapat membantu meningkatkan performa kinerja saya.					
2.	Penggunaan BSI <i>mobile</i> dapat meingkatkan produktivitas saya.					
3.	Menurut saya bertransaksi menggunakan BSI <i>mobile</i> lebih efektif.					
4.	Secara keseluruhan BSI <i>mobile</i> bermanfaat bagi saya.					

## 3. Ketersediaan Fitur (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5
1.	BSI <i>mobile</i> memiliki beragam fitur sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Kualitas fitur BSI <i>mobile</i> cukup baik sehingga dapat bertransaksi dengan lancar.					
3.	Fitur-fitur yang disediakan sesuai dengan kepentingan saya.					
4.	Secara keseluruhan BSI <i>mobile</i> memiliki fitur yang cukup lengkap.					

## 4. Keputusan (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		Skor 1	Skor 2	Skor 3	Skor 4	Skor 5
1.	Transaksi menggunakan BSI <i>mobile</i> lebih efektif, sehingga saya mantap untuk menggunakannya.					
2.	Saya suka menggunakan BSI <i>mobile</i> karena memiliki fitur yang beragam.					
3.	Bertransaksi dengan BSI <i>mobile</i> dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga sudah sesuai dengan yang saya inginkan.					
4.	BSI <i>mobile</i> mudah dioperasikan, sehingga saya mendapat rekomendasi dari orang lain untuk menggunakannya.					



## Lampiran 3

## Tabulasi Data Kuisisioner

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

30	4	4	5	4	17
31	4	5	4	5	18
32	4	5	4	4	17
33	5	5	5	5	20
34	4	5	4	4	17
35	4	4	5	4	17
36	4	5	5	5	19
37	3	4	5	4	16
38	5	5	5	5	20
39	5	3	5	3	16
40	3	5	5	5	18
41	3	5	5	4	17
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	4	19
44	2	5	5	5	17
45	5	4	5	4	18
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	4	4	4	17
50	4	5	4	5	18
51	3	5	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	5	17
54	4	3	4	4	15
55	5	5	5	4	19
56	4	2	4	2	12
57	5	2	5	5	17
58	4	3	4	3	14
59	5	4	5	5	19
60	5	3	4	3	15
61	5	3	4	3	15
62	4	4	4	4	16
63	4	5	4	5	18
64	4	2	4	4	14

65	5	3	5	3	16
66	3	5	5	4	17
67	4	5	5	5	19
68	3	3	4	4	14
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	5	5	5	19
74	3	3	3	3	12
75	2	5	5	5	17
76	3	4	4	4	15
77	4	3	4	3	14
78	4	5	5	5	19
79	4	4	4	4	16
80	3	5	5	5	18
81	5	5	5	5	20
82	5	4	4	4	17
83	5	5	5	5	20
84	5	4	5	4	18
85	4	4	5	4	17
86	4	4	3	4	15
87	4	4	4	4	16
88	4	5	4	5	18
89	5	2	3	4	14
90	4	4	5	5	18
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	5	4	4	17
94	4	4	5	4	17
95	5	5	5	4	19
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	5	4	3	4	16

100	5	4	4	5	18
-----	---	---	---	---	----

Responden	Indikator Perepsi Manfaat				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	5	5	5	4	19
2	4	4	4	4	16
3	5	5	4	4	18
4	5	4	5	5	19
5	4	4	5	4	17
6	4	5	5	4	18
7	5	4	5	5	19
8	3	4	5	5	17
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	4	19
11	4	5	4	4	17
12	5	5	5	5	20
13	5	5	4	4	18
14	4	4	4	3	15
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	4	5	4	17
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	4	16
22	4	4	4	4	16
23	4	5	4	4	17
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16
27	4	5	5	5	19
28	5	5	5	4	19
29	3	4	3	3	13
30	3	4	4	3	14
31	4	4	4	4	16
32	4	4	3	3	14

33	5	5	5	5	20
34	4	4	5	2	15
35	4	4	4	4	16
36	5	4	4	4	17
37	3	4	3	4	14
38	5	5	5	5	20
39	5	5	4	4	18
40	3	3	5	5	16
41	4	4	3	4	15
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	2	5	5	5	17
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	5	20
47	3	3	4	4	14
48	5	5	5	5	20
49	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16
51	2	2	5	4	13
52	4	4	4	4	16
53	5	4	5	5	19
54	4	4	4	4	16
55	4	4	5	5	18
56	3	3	5	3	14
57	2	5	5	5	17
58	4	3	3	3	13
59	5	5	5	5	20
60	5	4	4	4	17
61	3	4	4	3	14
62	4	4	4	4	16
63	4	3	5	5	17
64	4	4	5	4	17
65	5	5	5	5	20
66	4	3	5	5	17
67	4	4	5	5	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20

71	5	5	5	3	18
72	5	3	5	5	18
73	5	5	5	3	18
74	3	5	5	5	18
75	3	5	5	5	18
76	4	4	4	4	16
77	4	4	5	4	17
78	5	5	4	3	17
79	4	4	4	4	16
80	3	4	5	5	17
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	5	4	5	4	18
84	5	5	5	4	19
85	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16
88	5	5	4	5	19
89	5	4	4	5	18
90	4	4	5	5	18
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	4	5	4	18
94	5	5	4	5	19
95	5	4	5	5	19
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	2	4	4	4	14
100	5	5	5	3	18

Responden	Indikator Ketersediaan Fitur				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	5	4	5	4	18
2	4	4	3	4	15
3	4	5	5	4	18

4	4	5	5	5	19
5	4	5	5	4	18
6	4	4	4	5	17
7	4	5	5	4	18
8	3	5	5	5	18
9	5	4	4	5	18
10	5	5	5	4	19
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	4	5	5	2	16
14	3	5	5	5	18
15	4	4	3	3	14
16	4	4	4	4	16
17	4	5	5	5	19
18	5	5	4	4	18
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	4	5	5	5	19
22	4	4	5	5	18
23	4	4	4	4	16
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16
27	4	5	5	5	19
28	5	5	5	5	20
29	4	3	4	4	15
30	5	5	4	4	18
31	4	5	5	5	19
32	4	4	3	2	13
33	5	5	5	5	20
34	4	5	4	5	18
35	4	4	4	4	16
36	4	4	5	5	18
37	3	4	3	4	14
38	5	5	5	5	20
39	4	3	5	5	17
40	3	5	5	5	18
41	3	4	4	4	15

42	5	5	5	5	20
43	4	5	5	5	19
44	2	4	5	5	16
45	5	4	5	4	18
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	5	4	5	4	18
50	4	4	5	5	18
51	2	4	2	2	10
52	4	4	4	4	16
53	5	5	4	4	18
54	4	4	4	3	15
55	4	5	2	5	16
56	3	4	5	2	14
57	5	5	5	2	17
58	3	3	4	3	13
59	4	5	5	4	18
60	4	5	4	3	16
61	5	5	5	3	18
62	5	5	4	4	18
63	4	5	5	5	19
64	4	4	3	2	13
65	4	4	4	3	15
66	4	4	4	5	17
67	5	5	5	5	20
68	3	3	3	3	12
69	4	4	4	4	16
70	4	4	5	5	18
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	3	5	5	3	16
75	2	4	5	5	16
76	4	4	4	4	16
77	4	4	5	3	16
78	5	5	5	3	18
79	4	4	4	4	16



80	5	5	5	3	18
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	4	5	5	5	19
84	4	5	5	4	18
85	5	4	4	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	5	5	4	18
88	5	5	5	5	20
89	3	3	3	2	11
90	5	4	5	4	18
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	3	5	5	18
94	4	3	5	4	16
95	4	4	5	5	18
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	4	16

Responden	Indikator Keputusan				Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	4	5	5	4	18
2	4	3	5	5	17
3	4	5	4	5	18
4	4	4	5	5	18
5	4	4	5	4	17
6	5	5	4	4	18
7	4	5	5	5	19
8	4	5	5	5	19
9	5	5	4	5	19
10	5	4	5	4	18
11	4	5	4	4	17

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

47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	4	5	4	4	17
50	4	4	4	5	17
51	4	2	5	5	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	5	5	18
54	4	3	4	4	15
55	4	4	5	4	17
56	3	3	3	2	11
57	5	5	4	2	16
58	4	3	3	3	13
59	5	5	5	5	20
60	5	4	5	3	17
61	5	4	4	3	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	5	5	18
64	4	5	5	4	18
65	4	3	4	3	14
66	4	3	3	4	14
67	5	5	5	5	20
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	5	17
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	3	4	4	5	16
75	2	5	5	5	17
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	3	15
78	3	5	5	5	18
79	4	4	4	4	16
80	5	5	5	3	18
81	5	4	5	5	19

82	4	4	4	4	16
83	4	5	5	5	19
84	4	5	5	4	18
85	5	4	4	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	5	5	4	18
88	5	5	5	5	20
89	3	4	5	5	17
90	5	5	5	5	20
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	5	5	4	18
94	4	5	4	4	17
95	5	5	4	4	18
96	5	5	5	5	20
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	5	17

## Lampiran 4

## Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kemudahan Penggunaan	100	12	20	17.30	1.817
Persepsi Manfaat	100	13	20	17.33	1.939
Ketersediaan Fitur	100	10	20	17.23	2.103
Keputusan	100	11	20	17.42	1.793
Valid N (listwise)	100				

## Lampiran 5

## Hasil Uji Instrumen Penelitian

## Uji Validitas dan Reliabilitas

## 1. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Persepsi Kemudahan Penggunaan
X1.1	Pearson Correlation	1	-.046	.162	-.015	.421**
	Sig. (2-tailed)		.652	.107	.882	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	-.046	1	.435**	.531**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.652		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.162	.435**	1	.335**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.107	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	-.015	.531**	.335**	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.882	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
Persepsi Kemudahan Penggunaan	Pearson Correlation	.421**	.772**	.703**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## 2. Persepsi Manfaat

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Persepsi Manfaat
X2.1	Pearson Correlation	1	.484**	.247*	.213*	.729**

	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.034	.000
	N	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	.484**	1	.288**	.255*	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.011	.000
	N	99	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.247*	.288**	1	.502**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.014	.004		.000	.000
	N	99	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.213*	.255*	.502**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.034	.011	.000		.000
	N	99	100	100	100	100
Persepsi Manfaat	Pearson Correlation	.729**	.717**	.688**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

### 3. Ketersediaan Fitur

Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Ketersediaan Fitur
X3.1	Pearson Correlation	1	.376**	.297**	.229*	.658**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.022	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.376**	1	.410**	.290**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.297**	.410**	1	.434**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.229*	.290**	.434**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.022	.003	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Ketersediaan Fitur	Pearson Correlation	.658**	.689**	.749**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

#### 4. Keputusan

Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Keputusan
Y.1	Pearson Correlation	1	.308**	.163	-.059	.542**
	Sig. (2-tailed)		.002	.106	.557	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.308**	1	.398**	.281**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.163	.398**	1	.563**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.106	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	-.059	.281**	.563**	1	.655**
	Sig. (2-tailed)	.557	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.542**	.749**	.753**	.655**	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

##### 1. Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.703	.734	4



## 2. Reliabilitas Persepsi Manfaat

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.748	.815	4

## 3. Reliabilitas Ketersediaan Fitur

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.731	.819	4

## 4. Reliabilitas Keputusan

<b>Reliability Statistics</b>		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	.791	4

## Lampiran 6

## Hasil Uji Asumsi Klasik

## 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.12114977
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.055
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

## 2. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.029	1.206		2.510	.014		
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.314	.095	.318	3.295	.001	.438	2.284
	Persepsi Manfaat	.261	.074	.282	3.521	.001	.634	1.577
	Ketersediaan Fitur	.258	.083	.302	3.105	.002	.429	2.330

a. Dependent Variable: Keputusan

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi Manfaat	Ketersediaan Fitur	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Correlation Coefficient	1.000	.585**	.771**	.009
		Sig. (2- tailed)	.	.000	.000	.929
		N	100	100	100	100
	Persepsi Manfaat	Correlation Coefficient	.585**	1.000	.567**	.028
		Sig. (2- tailed)	.000	.	.000	.783
		N	100	100	100	100
	Ketersediaan Fitur	Correlation Coefficient	.771**	.567**	1.000	.147
		Sig. (2- tailed)	.000	.000	.	.144
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.009	.028	.147	1.000
		Sig. (2- tailed)	.929	.783	.144	.
		N	100	100	100	100

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

## Lampiran 7

## Hasil Uji Ketepatan Model

1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.609	.597	1.13853
a. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan				
b. Dependent Variable: Keputusan				

## 2. Uji simultan (F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.919	3	64.640	49.866	.000 <sup>b</sup>
	Residual	124.441	96	1.296		
	Total	318.360	99			
a. Dependent Variable: Keputusan						
b. Predictors: (Constant), Ketersediaan Fitur, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan						

## Lampiran 8

## Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.029	1.206		2.510	.014
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.314	.095	.318	3.295	.001
	Persepsi Manfaat	.261	.074	.282	3.521	.001
	Ketersediaan Fitur	.258	.083	.302	3.105	.002

a. Dependent Variable: Keputusan

## Lampiran 9

## Hasil Uji Hipotesis

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.029	1.206		2.510	.014
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.314	.095	.318	3.295	.001
	Persepsi Manfaat	.261	.074	.282	3.521	.001
	Ketersediaan Fitur	.258	.083	.302	3.105	.002

a. Dependent Variable: Keputusan

## Lampiran 10

## Hasil Cek Plagiarisme Menggunakan Turnitin

Turnitin Rizky lestari 2			
ORIGINALITY REPORT			
<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		5%
2	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper		2%
3	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source		1%
4	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
5	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source		1%
6	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source		1%
7	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper		1%
8	eprints.walisongo.ac.id Internet Source		1%
9	dspace.uii.ac.id Internet Source		1%
10	eprints.perbanas.ac.id Internet Source		1%
11	Lidya Namira. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat UMKM di Kota Padang Menggunakan e-Payment sebagai Metode Pembayaran", Owner, 2022 Publication		<1%
12	Submitted to Universitas Jenderal Soedirman Student Paper		<1%
13	Submitted to iGroup Student Paper		<1%
14	repository.uinsu.ac.id Internet Source		<1%
15	repository.uinjkt.ac.id Internet Source		<1%
16	Submitted to Universitas Nasional Student Paper		<1%
17	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source		<1%

## Lampiran 11

### Daftar Riwayat Hidup

Nama : Rizky Lestari

Tempat, Tanggal, Lahir : Boyolali, 21 Februari 2002

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Nama Ayah : Walidi

Nama Ibu : Lasmi

No.Hp : +62 857- 4130- 6389

Email : [rizkylestari201@gmail.com](mailto:rizkylestari201@gmail.com)

Riwayat Pendidikan :

1. TK Nurul Falah Beji
2. SD Negeri Beji
3. SMP Negeri 1 Andong
4. SMA Negeri 1 Andong
5. UIN Raden Mas Said Surakarta



Lampiran 12

