

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN
FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BSI
(Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)**

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 :

**MIRZA HELGAYANTI
NIM: 18.52.31.074**

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

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR
LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BSI
(Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)**

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:

Mirza Helgayanti

NIM: 18.52.31.074

Surakarta, 27 Januari 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



Melia Kusuma, M.M.
NIK. 19810608201701 2 147

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mirza Helgayanti

NIM : 185231074

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa skripsi berjudul **“PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA PENGGUNA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DI NGAWI)”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dari skripsi terdahulu. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 27 Januari 2023



Mirza Helgayanti

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mirza Helgayanti

NIM : 185231074

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul **“PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (STUDI PADA PENGGUNA MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA DI NGAWI)”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Ngawi. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebelumnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 27 Januari 2023


METERAI TEMPEL
EEFAKX154952790
Mirza Helgayanti

Melia Kusuma, M.M.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdr : Mirza Helgayanti

Kepada yang terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di Surakarta

Assalamua'alaikum Wr. Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Mirza Helgayanti NIM: 18.52.31.074 yang berjudul:

**PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO,
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE
BANKING* BSI (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)**

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, 27 Januari 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Melia Kusuma, M.M.
NIK. 19810608 201701 2 147

PENGESAHAN
PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO,
DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BSI
(Studi pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)

Oleh :

MIRZA HELGAYANTI
NIM. 18.52.31.074

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 06 Februari 2023 M / 15 Rajab 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005

Penguji II
Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I
NIP. 19640101 199403 2 002

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


D. M. R. M. Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

Dan janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah melainkan orang-orang yang kufur.

- QS. Al-Insyirah : 6-7

Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi.

- QS. Al-Qashas: 77

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang

yang sangat kukasihi dan kusayangi

Kedua orang tua tercinta

Bapak Sayid Abdullah dan Ibu Suwarni yang telah memberikan dukungan yang begitu besar bagi saya. Beliau yang menjadi motivasi bagi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Kakak-kakak tersayang.

Mila Susanti yang selalu memberikan dukungan dan tempat berbagi keluh kesah yang selalu memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, serta memberikan kemudahan dalam setiap langkah sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Masyarakat Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Ngawi)**”. Skripsi ini bertujuan untuk menyelesaikan Studi Jenjang Starta (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyatakan sepenuhnya, telah mendapatkan bimbingan, dorongan, semangat, dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, hingga menyumbangkan pikiran. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. **Dr. H. Mudafir, S.AG, M.Pd**, selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. **Dr. M.Rahmawan Arifin, S.E.,M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. **Budi Sukardi, S.E, M.Si** selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. **Helmi Haris, S.H.I., M.S.I.** selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. **Melia Kusuma, M.M.** selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing selama penulis berproses menyelesaikan skripsi.

6. **Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam** atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
7. **Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta** yang telah memberikan ilmu, wawasan dan cerita yang bermanfaat.
8. **Orangtua tercinta**, yang selalu memberikan semangat terbesarnya serta menjadi pendengar yang baik dalam setiap permasalahan yang sedang saya hadapi.
9. **Kepada seluruh keluarga besarku** yang telah memberikan semangat dan doa.
10. Sahabat tersayang yang memberikan dukungan mulai dari awal penulisan karya ilmiah ini, **Prastina, Dwi Annisa Nur A, Adik Risa Pratiwi, dan yang lainnya** yang telah membantu banyak selama ini.
11. **Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN RMS** yang telah banyak mewarnai hari-hari selama kuliah.
12. **Responden** yang telah mengisi kuisioner peneliti.

Aamiin,

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 11 Januari 2023

Mirza Helgayanti

ABSTRACT

The study aims to find influence of the information technology perceptions, risk perceptions, and service features on interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services. This research uses quantitative methods. The sample used in this study was 100 respondents. Probability sampling is a method of sampling. Books and journals support literacy in this study. Filling out the questionnaire was carried out using the Google form. Data analysis was carried out by validity and reliability tests, classical assumption tests, model accuracy tests, multiple linear regression tests as well as T tests.

The results showed that 1) the higher the perception of information technology, the higher the effect on interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services 2) The higher the risk perception, the higher the influence on students' interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services. 3) The higher the service features, the higher the effect on interest in using Bank Syariah Indonesia's mobile banking services.

Keywords: *Bank Syariah Indonesia, Mobile Banking, Service Features, Information Technology Perception, Risk Perception.*

ABSTRAK

Penulisan karya ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel yang dipakai dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Nonprobability sampling menjadi cara dalam pengambilan sampel. Buku dan jurnal menjadi pendukung literasi dalam penelitian ini. Pengisian kuesioner dilakukan menggunakan google form. Analisis data dilakukan dengan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, uji regresi linier berganda, juga uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) semakin tinggi persepsi teknologi informasi maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia 2) Semakin tinggi persepsi risiko maka semakin tinggi pula pengaruhnya terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia. 3) Semakin tinggi fitur layanan maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia.

Keywords: Bank Syariah Indonesia, *Mobile Banking*, Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Risiko

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
HALAMAN MOTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
ABSTRAK	xii
ABCSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah.....	12
1.4 Rumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	14
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	18
2.1.1 Perepsi	18
2.1.2 Persepsi Teknologi Informasi.....	19
2.1.3 Persepsi Risiko	22
2.1.4 Fitur Layanan.....	24

2.1.5	Minat.....	26
2.1.6	Mobile Banking.....	28
2.1.7	Bank Syaiah.....	30
2.2	Hasil Penelitian yang Relevan.....	32
2.3	Kerangka Berpikir.....	33
2.4	Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Waktu dan Wilayah Penelitian.....	39
3.1.1	Waktu Penelitian.....	39
3.1.2	Wilayah Penelitian.....	39
3.2	Jenis Penelitian.....	39
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	40
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4	Data dan Sumber Data.....	42
3.4.1	Data Primer.....	42
3.4.2	Sumber Sekunder.....	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6	Variabel Penelitian.....	44
3.6.1	Variabel Bebas.....	44
3.6.2	Variabel Terikat.....	44
3.7	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.8	Teknik Analisis Data.....	46
3.8.1	Uji Instrumen.....	46
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	47
3.8.3	Uji Uji Ketepatan Model.....	49
3.8.4	Analisis Regresi linier berganda.....	50
3.8.5	Uji Hipotesis.....	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... 52

4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	52
4.1.1	Gambaran Umum Responden.....	52
4.2	Penyajian dan Hasil Analisis Data.....	53

4.2.1 Karakteristik Responden	53
4.2.2 Hasil Uji Instrumen	56
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.2.4 Hasil Uji Ketetapan Model	63
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	65
4.2.6 Hasil Uji T.....	67
4.3 Pembahasan Hasil Analisis	69
BAB V PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	74
5.3 Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Asia.....	3
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna <i>Mobile Banking</i> BSI di Playstore.....	5
Gambar 1. 3 Keluhan Pengguna BSI Mobile di Playstore.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	32

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
Tabel 1. 2 Fitur Layanan BSI Mobile.....	9
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	32
Tabel 3. 1 Skala Likert	46
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Lama Menggunakan.....	54
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	63
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	65
Tabel 4.12 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	66
Tabel 4.13 Hasil Uji t (Uji Hipotesis)	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	83
Lampiran 2 Hasil Data Kuisisioner	87
Lampiran 3 Hasil Uji Analisis	97
Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi yang begitu cepat di era globalisasi saat ini, membuat segala hal dapat dikerjakan secara efisien dan mudah. Manusia dapat melakukan banyak hal dengan bantuan teknologi informasi. Internet adalah kemajuan teknologi informasi yang paling dominan, banyak industri mendapat manfaat besar dari perkembangan internet. Ini disebabkan oleh fakta bahwa penggunaan internet akan secara bertahap menjadi kebutuhan utama masyarakat. internet untuk membantu melakukan aktivitas sehari-hari (Wulandari dan Moeliono, 2017) Teknologi informasi membantu pekerjaan manusia yang dulunya sulit untuk kini menjadi praktis, cepat, mudah serta efisien (Miftahuddin dan Hendarsyah, 2019).

Pengguna internet Indonesia banyak mendorong bisnis untuk berkembang dan maju. internet sebagai media yang tepat untuk melakukan transaksi pembelian ataupun penjualan,. Selain itu, internet juga berfungsi sebagai alat untuk memperoleh dan berbagi macam informasi. Teknologi informasi mendorong industri perbankan untuk menjadi bagian dalam memanfaatkan internet. Ini memberikan kesempatan bagi industri perbankan untuk meningkatkan layanan kepada nasabah dengan meningkatkan kecepatan transaksi dengan melakukan transaksi secara online sehingga dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi nasabah tanpa harus mendatangi bank ataupun ATM.

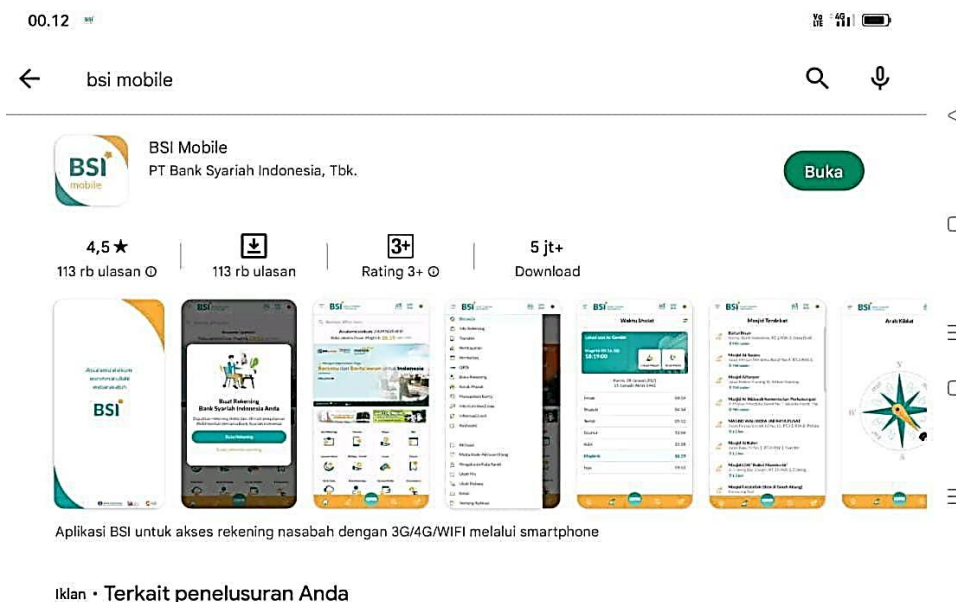
perkembangan teknologi informasi,berdampak pada kebiasaan dan perilaku masyarakat, masyarakat lebih suka melakukan hal-hal dengan cepat dan mudah, terutama saat melakukan transaksi pembayaran. masyarakat yang menginginkan layanan yang

mudah, cepat, dan efektif dengan menggunakan *smartphone* mereka dapat menggunakan layanan *mobile banking* yang dapat diunduh *melalui playstore* (Rahayu, 2015). Industri perbankan memanfaatkan teknologi informasi *mobile banking*, untuk mempermudah nasabah bertransaksi melalui *smartphone*. Bank menawarkan berbagai fitur *mobile banking*, untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank langsung.. *Mobile banking* menawarkan kepada nasabah kemampuan untuk melakukan transaksi perbankan secara lebih mudah, kapan saja (Miftahuddin dan Hendarsyah, 2019).

Aplikasi *Mobile Banking* membantu nasabah dalam bertransaksi menggunakan *Smartphone*, nasabah dapat mengakses *mobile banking* selama 24 jam. nasabah membutuhkan Aplikasi *mobile banking* karena berbagai alasan yaitu mudah dan praktis tidak perlu pergi ke bank ataupun ATM, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, memberikan kemudahan cek saldo dengan *smartphone*, mempermudah memperoleh informasi mengenai product bank, dan aksesnya mudah (Nurdin, 2020). Adanya *Mobile Banking* sangat membantu nasabah melakukan transaksi perbankan.. nasabah dapat menggunakan aplikasi *mobile banking* dengan *smartphone* yang terhubung ke jaringan internet (Laksana, Astuti, dan Dewantara, 2015).

Gambar 1.2

Jumlah Pengguna *Mobile Banking* BSI di PlayStore



Sumber: *PlayStore* BSI (4 Oktober 2022) Pukul 14.36

Dari gambar tersebut dapat diketahui bahwa jumlah pengguna *Mobile Banking* BSI pada tanggal 4 Oktober 2022 berjumlah 5 juta lebih pengguna dengan dengan ranting 3+. Nasabah dapat Menggunakan fitur *Mobile banking* untuk melakukan bertransaksi dengan mudah di mana saja dan kapanpun. dengan kemudahan layanan perbankan tersebut. Fitur yang tersedia pada *BSI Mobile* antara lain *transfer* dana, mengecek informasi saldo, melihat mutasi rekening, pembayaran, pembelian, dan lainnya.

Fitur merupakan komponen yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan fungsi produk. Fitur dapat menjadi alasan pelanggan untuk memilih suatu product. Fitur adalah komponen penting yang terkait dengan product atau jasa yang disediakan dalam produk dan layanan. Fitur layanan adalah hal yang penting untuk menarik minat nasabah agar menggunakan produk tersebut. Fitur layanan merupakan fitur yang meningkatkan fungsi

utama produk, yang dapat membedakannya dari pesaing perbankan lainnya. Bertambahnya fitur layanan yang ditawarkan akan mendorong nasabah untuk mencoba product yang ditawarkannya (Mubarokah, 2019).

Fitur layanan yang ditawarkan oleh produk m-banking antara lain kelengkapan transaksi, kesesuaian dengan kebutuhan, keamanan virus, biaya penggunaan, kemudahan akses ke informasi produk dan jasa, keragaman fitur, dan inovasi. Tabel berikut menunjukkan fitur layanan BSI Mobile yang tersedia melalui smartphone.

Tabel 1.2

Fitur Layanan BSI Mobile

No.	Fitur Layanan	Jenis Transaksi Layanan
1.	Info Rekening	Informasi saldo, daftar mutasi, informasi portfolio, daftar transaksi terjadwal, registrasi notifikasi.
2.	Transfer	Proxy BI FAST, transfer antar rekening BSI, transfer ke Bank Lain, QRIS
3,	Pembayaran	PLN postpaid, PLN non taglis, telepon/HP/telkom pay, Akademik, Institusi, tiket, asuransi internet/TV kabel, e-Commerce, berbagi – ziswaf, BPJS, Haji dan Umrah, Penerimaan Negara (MPN), PDAM, Samsat digital nasional (SIGNAL), multi payment,

		Perusahaan gas negara (PGN), hasanah card, pajak bumi dan bangunan (PBB).
4.	Pembelian	Voucher HP, PLN prepaid, E-Money, paket data, TOP UP, streaming video & musik, aqiqah, SBN, Kartu Debit OTP, voucher google pay.
5.	Layanan Islami	Juz Amma, Juz Amma per ayat, Asmaul Husna, Hikmah, kalkulator qur'ban.
6.	Berbagi – Ziswaf	Zakat, Infaq, Wakaf, Warteg Mobile, Jadiberkah.id, kalkulator zakat, Kitabisa, dompet dhuafa, rumah zakat, BAZNAS, fidyah.
7.	E-Mas	e-mas, gadai emas.
8.	Favorit	Pembelian, Pembayaran, Transfer.
9.	Tarik Tunai	ATM BSI, Indomaret
10.	Buka Rekening	Tabungan Haji Indonesia, Tabungan Easy Mudharabah, Tabungan Easy Wadiah, Tabungan AutoSave, Deposito
11.	Top Up eWallet	E-Money, LinkAja, Layanan Syariah LinkAja, Go-Pay, Paytren,, ShopeePay, OVO, dan DANA.

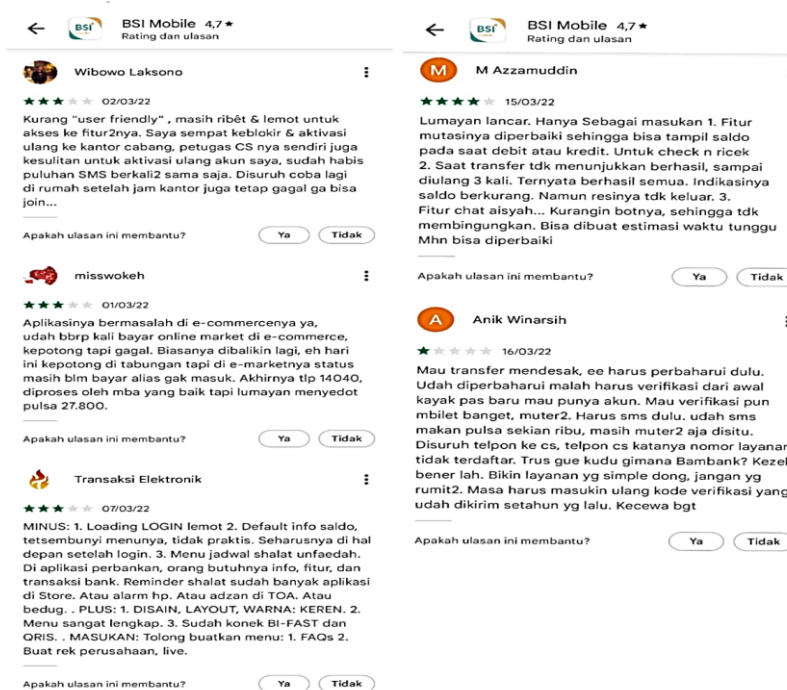
12.	E-Commerce	Bukalapak, Tokopedia, Shopee, Doku, BUMDes, Bhinneka.
13.	Trannsaksi Terjadwal	Daftar Terjadwal, Daftar Riwayat
14	Keyboard	BSI Keyboard
15.	Pembiayaan	Mitraguna

Sumber: BSI *Mobile*

BSI Mobile menyediakan berbagai fitur layanan yang dapat diakses nasabah dengan smartphone seperti transfer dana, mengecek informasi saldo, pembayaran, pembelian, layanan Islami, berbagi Ziswaf, E-mas, Favorit, Tarik Tunai, Buka Rekening, Top Up eWallet, dan E-commerce. Diharapkan BSI Mobile ini akan membantu nasabah melakukan transaksi perbankan dengan mudah dan cepat. Namun, dalam praktiknya, layanan pembayaran melalui ponsel kadang-kadang mengalami gangguan, kesalahan, dan lainnya, yang dapat menghambat proses transaksi, hal tersebut dapat dilihat dari berbagai ulasan pengguna mobile banking di playstore banyak nasabah yang komplain dengan layanan BSI Mobile.

Gambar 1.3

Keluhan Pengguna BSI Mobile di Playstore



Sumber: *Playstore BSI Mobile*

Ulasan dari Playstore tersebut menjelaskan banyak pengguna yang mengeluhkan Layanan BSI mobile, Mulai dari akses fiturnya yang masih eror dan berbelit-belit, kesulitan dalam aktivasi akun, aplikasi bermasalah, transaksi gagal namun saldo sudah terpotong, tidak adanya fitur yang diinginkan nasabah dan lainnya.

Minat masyarakat di kabupaten Ngawi dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking masih tergolong rendah, masyarakat belum banyak yang menggunakan mobile banking padahal masyarakat banyak yang memiliki buku tabungan, mempunyai HP android serta jaringan yang memadai, akan tetapi mereka masih beranggapan bahwa penggunaan Mobile Banking itu rumit serta berisiko. Hal tersebut dapat dilihat dari masih banyaknya masyarakat yang lebih memilih untuk mendatangi langsung ke Bank atau ATM dari pada menggunakan *mobile banking*. Hal itu karena kurangnya pengetahuan tentang teknologi informasi terutama menu pada fitur-fitur yang ada dalam layanan aplikasi

Mobile Banking serta kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking. Padahal fitur layanan pada aplikasi Mobile Banking sudah cukup lengkap untuk kebutuhan transaksi non tunai dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Mobile Banking bisa digunakan dimanapun dan kapanpun.

Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dipertimbangkan untuk memutuskan atau tidak melakukan transaksi secara online. transaksi secara online memiliki risiko tinggi, karena nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan tidak dapat memastikan apakah transaksi mereka telah diproses secara tepat waktu. apabila risiko yang akan ditanggung nasabah dalam menggunakan layanan sistem mobile banking semakin besar, maka semakin rendah penggunaan layanan sistem tersebut (Hadi dan Novi, 2015).

Risiko adalah konsekuensi yang ingin dihindari dan tidak diinginkan oleh pengguna ketika memakai suatu barang atau jasa. pengguna memerlukan pengetahuan yang didasarkan pada pengalaman, apabila pengalaman mereka tinggi, kepercayaan akan meningkat. Tingkat kepercayaan akan meningkat seiring dengan penurunan risiko. Penyedia dan pengelola layanan mobile banking harus mempertimbangkan tingkat risiko dan kepercayaan nasabah karena hal tersebut penting untuk diperhatikan.

Hubungan persepsi teknologi dengan persepsi risiko yaitu masalah keamanan merupakan faktor utama antara teknologi dan risiko. Nasabah bank resah karena banyaknya kasus penipuan, sehingga sulit untuk percayakan melakukan transaksi dengan melalui mobile banking. Agar persepsi risiko mereka menurun, mereka harus benar-benar percaya pada teknologi mobile banking. Dengan demikian, pelanggan yang menggunakan layanan mobile banking akan tetap setia (Sari, Fasa, dan Suhartono, 2021).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil merger dari tiga bank syariah yaitu Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS), Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), dan Bank Syariah Mandiri (BSM). Penggabungan ketiga bank syariah tersebut bertujuan untuk menyediakan layanan dan cakupan bank syariah yang lebih luas, serta kapasitas permodalan yang lebih besar.

Mobile banking, merupakan sistem layanan perbankan yang dihadirkan oleh BSI, merupakan faktor utama kemajuan dalam teknologi informasi. Sehingga nasabah lebih mudah melakukan transaksi perbankan (Ramadhan & Asih, 2021).

Berdasarkan beberapa uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* BSI (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)**

1.1 Identifikasi Masalah

1. Kebutuhan nasabah melakukan transaksi perbankan yang praktis, cepat dan mudah.
2. Adanya keluhan nasabah di *playstore* mengenai Aplikasi BSI yang masih sering eror, kesulitan dalam aktivasi akun, aplikasi bermasalah, transaksi gagal namun saldo sudah terpotong.
3. Adanya ulasan pengguna BSI *Mobile* di *playStore* mengenai belum tersedianya fitur yang diinginkan.

1.2 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat fokus dan terarah pada tujuan, maka penelitian ini memiliki batasan masalah sebagai berikut

1. Responden dalam penelitian ini adalah Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi yang menggunakan Mobile Banking BSI

2. Variabel bebas dalam penelitian ini ada 3 yaitu Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi dan fitur layanan, sedangkan variabel terikat penelitian ini adalah minat menggunakan mobile banking

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking BSI?
2. Apakah persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking BSI?
3. Apakah fitur layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking BSI?

1.5 Tujuan Penulisan

Berdasarkan pokok masalah yang dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI.
2. Untuk mengetahui pengaruh teknologi informasi terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI.
3. Untuk mengetahui pengaruh fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking BSI.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu untuk dapat mengembangkan ilmu perbankan syariah lebih mendalam lagi serta dapat mengembangkan ilmu tentang pengaruh

Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi dan fitur layanan terhadap minat menggunakan Mobile Banking

2. Manfaat praktis

Karya ilmiah ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi ataupun referensi untuk para mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

3. penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu penegetahuan tentang Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi, dan Fitur Layanan terhadap minat Menggunakan *Mobile Banking* BSI Syariah

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang menyeluruh dan jelas mengenai penulisan penelitian, maka dibuat sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang yang menjelaskan Pengaruh Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi dan fitur layanan terhadap menggunakan Mobile Banking, Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan juga sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai tinjauan pustaka yang mendukung penelitian, antara lain teori-teori tentang Persepsi Risiko, Persepsi Teknologi Informasi fitur layanan, dan Minat, dalam bab ini juga menjelaskan kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu yang relevan serta Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian kuantitatif, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variable penelitian, definisi operasional penelitian, teknik analisis yang didalamnya dijelaskan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum penelitian, pengujian serta hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data (Pembuktian Hipotesis)

BAB V : PENUTUP

Pada bagian ini merupakan rangkaian dari penelitian yang terdiri dari kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Persepsi

Menurut Thoha dalam Rahman, persepsi adalah proses kognitif yang dialami oleh setiap orang ketika mereka memahami informasi tentang lingkungan mereka melalui penciuman, perasaan, penglihatan, dan penghayatan. Persepsi, menurut Bimo Walgito adalah proses pengorganisasian dan interpretasi stimulus yang diterima seseorang sehingga menjadi sesuatu yang signifikan dan kegiatan yang melekat dalam diri mereka (Rahman, 2017).

Menurut Thoha dalam Rahman, berikut adalah beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi:

1. Psikologi.

Keadaan psikologis seseorang sangat memengaruhi cara mereka melihat segala sesuatu di dunia ini. Sebagai contoh, suara merdu seorang penyanyi akan berkesan atau menarik bagi mereka yang menikmatinya, tetapi tidak akan berkesan bagi orang-orang yang tuli.

2. Famili

Anak-anak dipengaruhi paling banyak oleh keluarga mereka dan orang tua mereka. Orang tua memberi tahu anak-anaknya cara mereka melihat dan memahami dunia sekitar mereka. seperti dalam kampanye pemilu, seorang anak mendukung salah satu partai politik karena orang tuanya telah menjadi tokoh dalam partai politik tersebut.

3. Kebudayaan

Selain itu, kebudayaan dan lingkungan tertentu sangat memengaruhi sikap, nilai, pandangan dan pemahaman seseorang mengenai keadaan yang ada didunia ini

2.1.2 Persepsi Teknologi Informasi

Teknologi informasi memberikan kegunaan untuk kehidupan manusia dalam membantu segala aktivitas. Hal tersebut sesuai dengan kegunaan persepsian atau *perceived usefulness* yang dikemukakan oleh Davis. Persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan teknologi dapat meningkatkan pekerjaannya. Persepsi kegunaan memiliki kaitan dengan kepercayaan pada proses pengambilan keputusan. Seseorang akan merasa percaya sistem informasi berguna, maka mereka akan menggunakannya dan begitupula sebaliknya (Jogiyanto, 2007).

2.1.2.1 Peran Teknologi Informasi

Teknologi informasi memiliki peran penting dalam bisnis. kemampuan pemrosesan informasi, kecepatan, dan konektivitas komputer, teknologi internet dapat meningkatkan efisiensi para bisnis, seperti meningkatkan komunikasi dan kerjasama (Amijaya, 2010). Teknologi informasi berperan sangat besar untuk aktivitas manusia. Teknologi informasi sebagai fasilitator bagi keinginan bisnis berperan besar terhadap perubahan struktur organisasi serta manajemen organisasi. Adanya teknologi ini manusia dapat merasakan berbagai kemudahan. Teknologi informasi mempunyai peranan penting dalam kehidupan antaralain sebagai berikut

1) Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Kerja

Sistem dirancang dengan sempurna untuk pengguna yang memahami organisasi dan manajemen dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi

2) Menghasilkan Keunggulan Strategis

Diharapkan kemajuan dalam penggunaan manajemen Teknologi Informasi dapat memberikan keuntungan strategis bagi orang-orang yang melakukan kegiatan di dalamnya.

3) Mengubah Struktur Organisasi

Teknologi informasi memainkan peran penting dalam mengubah struktur organisasi; struktur organisasi yang lebih datar akan mengurangi kebutuhan akan manajemen. dalam organisasi dapat memperoleh lebih banyak data dengan menggunakan teknologi seperti komputer.

4) Menawarkan Keunggulan Kompetitif

Dalam peningkatan kekuatan serta kecepatan komputer yang lebih besar, sistem informasi mulai bergerak dari peran tradisional sebagai aplikasi pendukung back office menuju pada penawaran keunggulan kompetitif lebih signifikan (Kasemim, 2015).

4) Menawarkan Keunggulan Kompetitif

Sistem informasi mulai menawarkan keunggulan yang lebih besar daripada sebelumnya sebagai aplikasi pendukung back office dengan kekuatan dan kecepatan komputer yang lebih besar (Kasemim, 2015). Menurut Davis (1989) dalam Agustina (2018) indikator dari persepsi teknologi informasi, yaitu:

- 1) Kecepatan
- 2) Kegunaan teknologi
- 3) Efisiensi Mendukung aktivitas

4) **2.1.2.2 Teknologi Informasi Pada Perbankan**

Nasabah dapat mengambil uang dari melalui ATM berkat system yang dioperasikan oleh teknologi komunikasi dan komputer. Bank kemudian mengembangkan layanan lewat telepon yang memungkinkan pelanggan memeriksa

saldo tabungan mereka dan berkomunikasi dengan mesin yang tersedia kapan saja. Bank tidak puas sampai disitu, karena semakin banyak nasabah yang menggunakan internet, mereka memperkenalkan layanan baru. Nasabah menikmati kemudahan transaksi seperti transfer uang dan lain-lain dari layanan perbankan dengan internet (Sutabri, 2013).

2.1.3 Persepsi Risiko

Persepsi adalah proses mengatur, menerjemahkan, dan memilih berbagai sumber informasi untuk menghasilkan gambaran yang signifikan tentang dunia . Persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik; itu juga tergantung pada hubungan rangsangan dengan lingkungan kita dan kondisi kita setiap saat. Menurut Kotler dan Keller (2008) Beberapa persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari tindakan tertentu dikenal sebagai persepsi resiko. Persepsi resiko didefinisikan sebagai persepsi negatif yang dimiliki pelanggan terhadap sejumlah kegiatan yang berdampak pada hasil yang negatif dan mungkin benar (Farizi, & Syaefullah, 2015).

Menurut Peter dan Olson persepsi resiko sebagai sebuah konsekuensi yang tidak diinginkan (perceived risk). Adanya konsekuensi dan ketidakpastian adalah dua hal penting yang perlu dipahami dalam persepsi resiko. Bagi pengguna, konsekuensi ini adalah hasil atau keuntungan yang dirasakan setelah menggunakan produk atau layanan.

Risiko dianggap sebagai sesuatu yang negatif, termasuk kemungkinan kehilangan sesuatu, bahaya, dan konsekuensi lainnya. organisasi harus memahami dan menangani ketidakpastian ini secara efektif sebagai bagian dari strategy untuk menciptakan nilai tambah dan mendukung pencapaian tujuan. Persepsi nasabah tentang risiko memengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan bank seperti mobile banking.

nasabah tidak akan menggunakan layanan jika mereka lebih khawatir tentang risiko yang dapat terjadi (Soputan, Sompie, dan Mandagi, 2014).

2.2.3.1 Macam-macam Risiko

Menurut Mulyadi Nitisusastro (2012) dalam Pebri Rochmawati macam -macam persepsi risiko adalah sebagai berikut.

1. Risiko keuangan, yaitu risiko yang terkait dengan kekhawatiran menghadapi kesulitan dana.
2. Risiko fungsional, yaitu risiko yang berkaitan berkaitan dengan dampak negatif yang akan muncul apabila pelanggan mengetahui dan memahami bahwa banyak product yang dapat dibeli memiliki sejumlah konsekuensi negatif ketika dibeli dan digunakan.
3. Risiko fisik, yaitu risiko yang berkaitan dengan kekhawatiran konsumen jika suatu produk dapat menimbulkan bahaya fisik tertentu.
4. Risiko psikologis, yaitu risiko yang berkaitan dengan dampak negatif yang akan terjadi padanya apabila membeli dan menggunakan barang tersebut.
5. Risiko sosial, yaitu risiko yang berkaitan dengan dampak negatif yang terjadi lingkungannya jika ia membeli dan menggunakan barang tersebut.
6. Risiko waktu, yaitu risiko bahwa membuat keputusan akan membutuhkan banyak waktu untuk memastikan kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini, indikator risiko dilihat dari langkah-langkah yang diambil oleh pihak bank untuk mengurangi risiko yang terkait dengan penggunaan mobile banking. Diharapkan bahwa ini akan mendorong nasabah untuk menggunakan mobile banking. Menurut Poon (2008: 157) dalam Martauli, Mirati, dan Vidyasari (2021) indikator variabel risiko transaksi, yaitu:

- a. Tidak memiliki risiko yang tinggi
- b. Keamanan transaksi

c. Keamanan fasilitas dari bahaya virus

d. Jaminan keamanan

e. 2.1.4 Fitur Layanan

Fitur adalah komponen penting yang ada pada product atau layanan yang ditawarkan dalam paket produk dan layanan. Dalam hal ini, fitur didefinisikan sebagai spesifikasi teknis dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono, 1997). Fitur layanan sangat penting untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan saat memutuskan untuk melakukan transaksi online. Upaya untuk meningkatkan kepercayaan ini bergantung pada kelengkapan fitur Mobile Banking. Fitur layanan harus memenuhi kebutuhan pelanggan agar pelanggan puas. Persepsi pengguna terhadap layanan yang ditawarkan oleh mobile banking dikenal sebagai fitur layanan (Agustina, 2017).

Menurut Tjiptono (1997: 21), fitur adalah komponen penting dari product atau jasa yang ditawarkan dalam paket produk dan layanan. Dalam hal ini, fitur didefinisikan sebagai spesifikasi teknis product atau layanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam proses layanan, tiga hal penting yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut:

a. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang memiliki kemampuan untuk memberikan layanan tertentu kepada pelanggan atau konsumen, seperti layanan yang menyediakan dan menyerahkan barang atau jasa.

b. Penerima layanan

Pelanggan atau pengguna yang menerima layanan dari penyedia layanan disebut penerima layanan. Bentuk dan jenis layanan Jenis layanan yang dapat

ditawarkan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan beragam, anatar lain: (Arif, 2012):

- 1) pemberian jasa-jasa
- 2) layanan yang terkait dengan penyediaan dan distribusi barang dan jasa
- 3) layanan yang terkait dengan keduanya.

Adapun indikator-indikator untuk mengukur fitur layanan adalah sebagai berikut:

1. Kelengkapan fasilitas
2. Kelengkapan fasilitas dengan kebutuhan
3. Sesuai kebutuhan
4. Biaya penggunaan rendah

2.1.5 Minat

Minat merupakan kecenderungan untuk merasa senang dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi obyeknya. Batasan tersebut menunjukkan bahwa minat melibatkan pemusatan perhatian subjek, usaha yang dilakukan subjek dengan senang hati, dan daya tarik objek (Shaleh dan Wahab, 2014).

2.1.5.1 Macam-Macam Minat

a. Minat Personal

berkaitan dengan sifat individu, atau kepribadian mereka. Seringkali, minat personal dianggap terfokus pada aktivitas atau topik tertentu. Misalnya seseorang mungkin memiliki minat khusus pada bidang olahraga, sains, musik, tarian, atau komputer. Ini berbeda dengan keingintahuan, yang dianggap sebagai sifat individu yang lebih tersebar luas, seperti seseorang yang umumnya ingin tahu tentang banyak hal.

b. Minat Situasional

merupakan kondisi psikologis di mana seseorang tertarik pada sebuah tugas atau aktivitas tertentu. Misalnya, kebaruan, keterkejutan, kompleksitas, ambiguitas, dan ekspresi topik tertentu, seperti cinta.

2.1.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat dapat dibagi menjadi dua kategori :

- a. berasal dalam diri individu yang bersangkutan; misalnya, umur, jenis kelamin, pengalaman, perasaan mampu, dan kepribadian.
- b. Berasal dari luar, mencakup keluarga, sekolah, dan masyarakat (Shaleh dan Wahab, 2014)

Indikator yang digunakan untuk mengukur minat dalam menggunakan suatu teknologi menurut (Rithmaya, 2016) adalah sebagai berikut:

- a. Keinginan di masa mendatang.
- b. Kesesuaian.
- c. Dukungan.
- d. Rekomendasi.

2.1.6 Mobile Banking

Mobile banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui aplikasi yang tersedia di *smartphone* (Jeong & Yoon, 2013). Berdasarkan prinsip syariah, akad perjanjian mobile banking didasarkan pada DSN MUI No. 10/DSNMUI/IV/2000 tentang wakalah. Syarat-syarat wakalah dipenuhi dengan menggunakan akad wakalah disertai dengan biaya untuk layanan yang diberikan.

Mobile banking, juga dikenal sebagai M-Banking, adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan melalui SMS (pesan singkat)

melalui *smartphone*. Mobile banking merupakan bagian dari e-banking yang menawarkan layanan informasi perbankan via wireless terbaru yang ditawarkan oleh bank dengan menggunakan teknologi *smartphone* untuk kelancaran dan kemudahan transaksi perbankan (Arthana dan Rukhviyanti, 2015).

Mobile Banking membantu nasabah melakukan transaksi, terutama perbankan, tanpa harus datang secara langsung selain untuk mengambil uang tunai. Alur pembayaran fasilitas m-banking dibuat kanal tanpa batasan terhadap layanan yang diperlukan nasabah dengan pihak bank. Kelebihan m-banking adalah pelanggan dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja tanpa terbatas pada jam kerja bank (Makmuriyah dan Vanni, 2020).

Adanya *smartphone* dan mobile banking, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, kini dapat dilakukan dengan menggunakan handphone tanpa harus mendatangi bank secara langsung bank, Hal ini dapat menghemat waktu dan biaya nasabah. Layanan mobile banking mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan misalnya cek saldo, transfer antar rekening, dan lainnya (Ratmono dan Septiana, 2021).

2.1.6.1 Kelebihan dan Kekurangan Mobile banking

1. Kelebihan *Mobile Banking* menurut Fadlan & Dewantara (2018)

a) Bagi Nasabah

- 1) Nasabah dapat mengakses layanan yang tersedia di Mobile Banking dimanapun dan dimanapun.
- 2) Apabila terjadi penarikan uang pada rekening, nasabah dapat mengetahui.
- 3) Nasabah dapat melakukan transaksi secara online melalui *smartphone*
- 4) Nasabah dapat menghemat biaya, waktu, dan juga tenaga dengan menggunakan layanan.

b) Bagi Bank

- 1) Biaya pengurusan terhadap nasabah dapat berkurang.
- 2) Biaya pengembangan infrastruktur lebih hemat dibandingkan mendirikan outlet ATM.
- 3) kecepatan jangkauan dan layanan aktivitas perbankan lebih meningkat .Memungkinkan nasabah melakukan transaksi secara online
- 4) Strategi yang kompetitif untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan

2. Kekurangan Mobile Banking

- a. Isu keamanan tentang cyber crime
- b. Kemungkinan terjadi error pada aplikasi mobile banking.
- c. Membuat orang memiliki kecenderungan menjadi konsumtif

2.1.7 Bank Syariah

2.1.7.1 Pengertian Bank Syariah

Bank syariah merupakan bank yang melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah. Bank Syariah terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. dalam kegiatannya Bank Umum Syariah (BUS) memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) tidak memberikan jasa lalu lintas pembayaran dalam kegiatannya. (Ridwansyah, 2013).

2.1.7.2 Tujuan dan Fungsi Bank Syariah

Perbankan syariah bertujuan untuk mendukung pembangunan nasional dengan meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan kesejahteraan rakyat. Perbankan syariah tetap berpegang pada prinsip syariah secara keseluruhan (kaffah) dan konsisten

(istikamah) dalam mencapai tujuan mendukung pelaksanaan pembangunan nasional.

Adapun fungsi bank syariah dan unit usaha syariah yaitu:

- 1) Menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat
- 2) Menerima dana dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial dan menyerahkannya kepada lembaga pengelola zakat. Dana sosial lainnya adalah penerimaan bank yang berasal dari ta'zir, atau pengenaan sanksi terhadap nasabah
- 3) Mengumpulkan dana wakaf dari dana sosial dan menyerahkannya kepada nazhir (pengelola wakaf) sesuai dengan keinginan pemberi wakaf (Mardani, 2015).

2.1.7.2 Karakteristik Bank Syariah

Bank syariah beroperasi berdasarkan prinsip syariah dan berbasis pada prinsip seperti kemitraan, keadilan, transparansi, dan universal. Menurut Muhamad (2015), kegiatan operasional bank syariah merupakan pelaksanaan prinsip ekonomi Islam yang memiliki karakteristik berikut:

- 1) Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya
- 2) Tidak mengenal konsep time-value of money
- 3) Konsep uang sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditas
- 4) Tidak diperbolehkan melakukan kegiatan spekulatif
- 5) Tidak diperbolehkan menggunakan 2 harga untuk 1 barang
- 6) Tidak diperbolehkan melakukan dua transaksi dalam satu akad.

2.2 Penelitian yang relevan

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

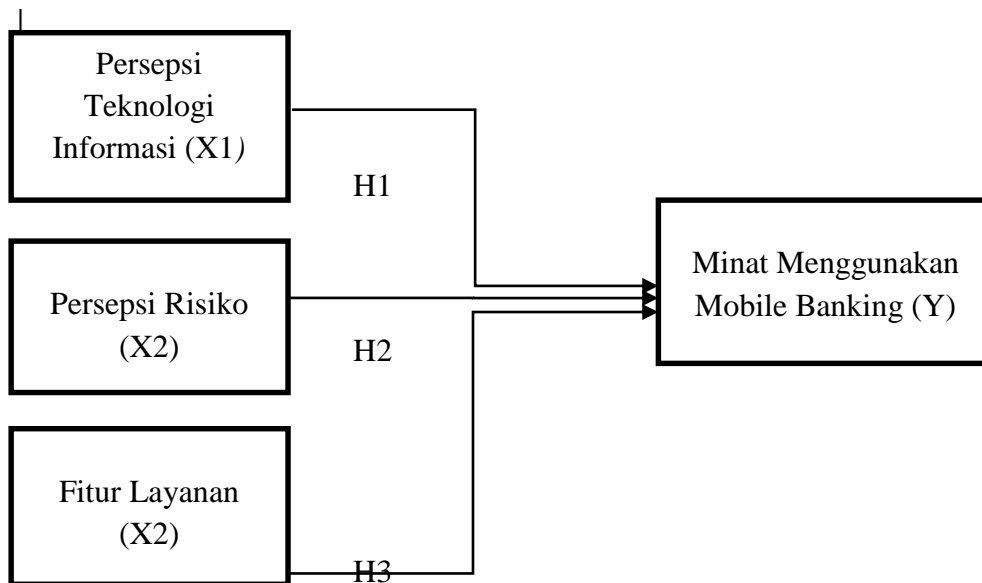
No.	Judul, Nama, Tahun	Persamaan	Perbedaan
1.	Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Agustina, 2018)	-Variabel teknologi informasi dan fitur layanan terhadap minat	-Terdapat variabel independen lain yakni kemudahan
2.	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Of Complaint Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking (Matnin, Kunaifi, dan Ubaidillah, 2021)	-Variabel Persepsi Teknologi Informasi, dan Risiko terhadap minat	-Terdapat variabel independen lain yakni Handling Of Complaint
3.	Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-banking (Riady & Ginting, 2015)	-Variabel Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Risiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat	-Terdapat variabel independen lain yakni Kepercayaan
4.	Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Ulfah, Mutmainah, dan Romadhon, 2022)	-Variabel Persepsi Risiko terhadap minat	-Terdapat variabel independen lain yakni persepsi manfaat, persepsi kemudahan, persepsi

			kepercayaan, dan kemampuan individu mengoperasikan komputer
5.	Pengaruh Kemudahan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Iqbal, Heriyani, dan Urrahmah, 2021)	-Variabel Ketersediaan Fitur terhadap minat menggunakan	-Variabel independen lain yakni Kemudahan
6.	Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BCA Mobile di wilayah Jabodetabek (Marthauli, Mirati, dan Vidyasari, 2021)	-Variabel Fitur layanan terhadap minat	-Variabel Independen lain yakni kualitas layanan

2.3 Kerangka Berfikir

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan dari hasil penelitian terdahulu, maka variabel yang di pakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Persepsi Teknologi Informasi (X1) , Persepsi Risiko (X2), Fitur layanan (X3), dan Minat Menggunakan (Y). sehingga kerangka penelitian ini dapat digambarkan seperti pada gambar berikut :

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber : Supriyadi (2014)

Keterangan :

—————> : Menunjukkan pengaruh secara parsial antara persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur Layanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Dari kerangka berfikir di atas, dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu Persepsi Teknologi Informasi, Persepsi Risiko, Fitur Layanan dan satu variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan Mobile Banking. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisa apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking Secara parsial.

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Rumusan masalah penelitian ditulis dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis juga

dapat didefinisikan sebagai solusi jawaban untuk rumusan masalah pada penelitian, belum jawaban empiris (Sugiyono, 2015)

Setelah melihat permasalahan yang dikemukakan di atas, maka untuk penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut :

H1: Persepsi Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

H2 : Persepsi Risiko berpengaruh terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.

H3 : Fitur Layanan berpengaruh terhadap minat menggunakan Mobile Banking

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan atau dimulai pada semester ganjil 2022/2023 pada bulan November sampai dengan selesai.

3.1.2 Wilayah Penelitian

Tempat dilaksanakan penelitian ini adalah di kabupaten Ngawi, Jawa Timur

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. metode kuantitatif adalah metode penelitian berdasarkan pada filsafat positivisme, berfungsi untuk meneliti suatu populasi atau sampel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan secara acak, pengumpulan dilakukan dengan instrumen penelitian, dan analisisnya bersifat kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiono, 2014)

3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi terdiri dari objek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kuantitas tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2016).). Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna BSI *Mobile* di Ngawi.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan populasi. Jika jumlah populasi besar, tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari populasi secara

keseluruhan, karena adanya keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, sehingga dalam penelitian ini memakai sampel dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017:137). Pada penelitian ini jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus Wibisono, dikarenakan dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan rumus Wibisono:

$$N = \left\{ \frac{\left(\left(\frac{Za}{2} \right) \cdot \sigma \right)}{e} \right\}^2$$

Keterangan:

N = Jumlah sampel

$Za/2$ = Nilai dari tabel distribusi normal atas tingkat keyakinan 95%=1,96%

σ = Standar deviasi 25%

e = Error (batas kesalahan =5%)

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$N = \left\{ \frac{\left(\left(\frac{Za}{2} \right) \cdot \sigma \right)}{e} \right\}^2$$

$$N = \left\{ \left(\frac{1,96 \times 0,25}{5\%} \right) \right\}^2$$

$$N = \left\{ \frac{0,94}{0,05} \right\}^2$$

$$N = 96,4 = 100$$

Berdasarkan rumus diatas, diketahui jumlah sampel minimum yaitu 96,4 orang. Batas kesalahan pada penelitian ini yaitu 5%, sehingga akurasi sebesar 95%. peneliti mengambil sampel 100 orang yang merupakan pembulatan dari 96 orang tersebut.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel disebut juga teknik sampling. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* termasuk dalam *nonprobability sampling*. Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel disebut dengan teknik Nonprobability Sampling . sedangkan *Purposive sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiono (2014:121)

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi yang menggunakan mobile banking di BSI. Kriteria yang akan dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia minimal 18 Tahun

2. Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi.

Pada penelitian ini teknik pengambilan sampelnya yaitu dengan menyebar kuesioner (angket) melalui google form. Kuesioner akan disebar di beberapa tempat yang menurut penulis pantas untuk dijadikan subjek penelitian.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang diteliti yang belum diolah dan diuraikan oleh orang lain. Data primer diperoleh dari responden dengan melalui penyebaran kuesioner, serta hasil wawancara narasumber (Nuryadi, 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuisisioner melalui *google form* kepada 100 pengguna *mobile banking* di Ngawi.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dapat melalui website, laporan publikasi perusahaan, dokumentasi perusahaan, ataupun lainnya. data skunder dalam penelitian idiperoleh jurnal, buku, dan dokumen yang terkait dengan objek penelitian..

3.5 Teknik Pengumpulan data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melalui kuesioner. Sugiono (2014:193) mendefinisikan kuisisioner adalah suatu teknik pengumpulan data yang dengan memberikan responden serangkaian pertanyaan tertulis untuk dijawab. Pernyataan kusioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. kuisisioner dapat dikirim melalui email, internet, ataupun diberikan langsung kepada responden. Dalam penelitian ini, penyebaran kuisisioner dilakukan dengan media elektronik *google form*, karena dengan media *google form* mempermudah rekap dataresponden dan mempersingkat waktu

Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert, pertanyaan dan jawaban diberi nilai seperti Tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 3.1

Tabel Jawaban Angket dengan Skala Likert

Kriteria Penilaian	Bobot Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian ialah suatu sifat, atau nilai suatu individu, objek, ataupun kegiatan yang memiliki karakteristik tertentu yang dipilih peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiono, 2014:63-64).

3.6.1 Variabel Bebas

Variabel independen (Bebas) ialah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen yaitu Persepsi Teknologi Informasi (X_1), Persepsi Risiko (X_2), Fitur Layanan (X_3)

3.6.2 Variabel Terikat

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen atau bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Minat menggunakan *mobile banking*.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian adalah sebagai berikut berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Teknologi Informasi (XI)	Persepsi teknologi informasi adalah ketika teknologi endatangkan manfaat orang yang menggunakannya.(Davis, 1989)	1. Kecepatan transaksi. 2. Efisiensi transaksi. 3. Mendukung aktivitas (Davis, 1989)
Persepsi Risiko (X2)	persepsi resiko ialah sebuah persepsi pelanggan tentang ketidakpastian dan hasil pelanggan tentang yang tidak diinginkan dari tindakan tertentu. (Farizi & Syaefullah, 2015)	1. Tidak memiliki risiko yang tinggi 2. Keamanan transaksi 3. Keamanan fasilitas dari bahaya virus 4. Jaminan keamanan (Poon, 2008)
Fitur Layanan (X3)	Fitur adalah komponen penting yang ada pada product atau jasa yang ditawarkan dalam paket produk dan layanan (Tjiptopo, 1997).	1. Kelengkapan fasilitas 2. Kelengkapan fasilitas dengan kebutuhan 3. Sesuai kebutuhan 4. Biaya penggunaan rendah (Kotler dan Keller, 2012)
Minat (Y)	Minat didefinisikan sebagai kecenderungan untuk memberi perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang	1. Keinginan di masa mendatang 2. Kesesuaian 3. Dukungan

	menjadi obyek dari minat tersebut disertai dengan perasaan senang. (Shaleh dan Wahab, 2014)	4. Rekomendasi (Rithmaya, 2016)
--	---	-------------------------------------

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji Instrumen

Uji instrumen validitas dan reliabilitas ialah dua jenis uji yang berfungsi mengukur ketepatan serta keakuratan metode analisis data. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan seberapa baik hasil pengukuran yang dilakukan berulang terhadap fenomena yang sama dengan alat ukur yang sama. Sedangkan uji validitas ialah tolak ukur seberapa valid sebuah tes berfungsi terhadap suatu fenomena.

1. Uji Validitas

Uji Validitas mengarah pada tingkat kecermatan dan ketepatan hasil dari suatu pengukuran. Apabila instrumen mampu mengukur nilai yang dikehendaki dan memaparkan data variabel yang diteliti secara akurat, maka instrumen tersebut dianggap valid. Oleh karena itu, uji validitas ini berfungsi untuk mengukur ketepatan tiap indikator atau pertanyaan pada kuesioner. Jenis data yang digunakan dalam penelitian menentukan cara pengujian validitas dilakukan, meskipun ada banyak cara dapat digunakan untuk melakukannya. Data berskala dan data dikotomis adalah dua kategori dari jenis data ini. Jika nilai Cronbach Alpha indikator lebih kecil dari nilai cronbach alpha instrumen, indikator tersebut dianggap tidak valid (Hendryadi dan Suryani, 2015).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan atau reliabilitas suatu kuesioner, yang berfungsi sebagai indikator variabel. Suatu kuesioner dianggap kredibel ketika hasilnya konstan dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui konsistensi data kuesioner secara keseluruhan. Ada banyak cara untuk melakukan pengujian reliabilitas sendiri. Data berskala dan data dikotomis adalah dua kategori dari jenis data ini. Nilai Cronbach alfa menunjukkan reliabilitas data, nilai Cronbach alfa yang lebih tinggi menunjukkan bahwa data itu lebih reliabel, atau lebih tepatnya, instrumen itu lebih handal.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui jika data yang diperoleh merupakan data yang sah (tidak terdapat penyimpangan). Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui persamaan garis regresi yang dihasilkan adalah linier dan valid digunakan untuk mencari peramalan. Uji Asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan model regresi variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Untuk menentukan normal atau tidaknya suatu data, perlu dilakukan uji normalitas dengan metode uji statistik *Kolmogorof-Smirnov (K-S)*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai $\text{sig} \geq 0,05$, begitupun sebaliknya nilai signifikannya $\leq 0,05$ dinyatakan berdistribusi tidak normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah keragaman residual error bervariasi selama regresi. Jika keragaman residual/error tidak konstan, data dapat

dianggap heteroskedastisitas. Homoskedastisitas terjadi ketika perbedaan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tidak berubah; heteroskedastisitas terjadi ketika perbedaan tetap. Homoskedastisitas atau ketidakhadiran heteroskedastisitas adalah model yang baik (Ghozali, 2016). Uji Glejser, yang meregresi variabel independen terhadap nilai absolut residual, adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk menguji heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi $>5\%$ terjadi heteroskedastisitas namun, apabila dibawah $< 5\%$ terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas yaitu untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel bebas (independen) menurut model regresi. Seharusnya tidak ada korelasi antara variabel jika modelnya baik (Ghozali, 2016). Nilai ketahanan dan variabel inflasi faktor (VIF) digunakan untuk melakukan uji multikolinearitas. Jika nilai toleransi <0.1 atau nilai VIF >10 , maka multikolinearitas terjadi. Sebaliknya, tidak ada multikolinearitas yang ditunjukkan jika nilai toleransi $>0,1$ atau nilai VIF <10 .

3.8.3 Uji Ketepatan Model

1. Uji F-statistik (simultan)

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah variabel X_1, X_2, X_3 (independen) bersama-sama mempengaruhi variabel Y (dependen). pengujiannya dilakukan sesudah melakukan perhitungan F hitung. Selanjutnya hasil F hitung dibandingkan F tabel dengan signifikansi (α) kurang dari 0.05 atau 5%, . Kriteria keputusan yang akan diambil adalah seperti berikut :

- a. Jika F hitung lebih besar dari F tabel berarti menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan.
- b. F hitung kurang dari F tabel berarti variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen

2. Uji Determinasi (R²)

Koefisien determinasi adalah ukuran sejauh mana kemampuan model untuk menjelaskan variabel dependennya. Kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, menurut nilai R². Nilai yang mendekati satu variabel independen memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Nilai adjustable R² dianggap bernilai nol jika hasil uji empiris menunjukkan nilai adjustable R² negatif.

3.8.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah studi tentang secara linier variabel dependen dengan variabel independen. variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan. Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0 untuk menganalisis data penelitian.

Persamaan umum dari regresi linier berganda adalah : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

Keterangan

Y	=	Minat
A	=	Konstanta
b ₁ b ₂ b ₃	=	Koefisien garis regresi
x ₁	=	Persepsi Teknologi Informai
x ₂	=	Persepsi Risiko
x ₃	=	Fitur Layanan

3.8.5 Uji Hipotesis

1. Uji T-statistik (parsial)

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kata lain, untuk menentukan masing-masing variabel X_1, X_2, X_3 (independen) benar-benar mampu menjelaskan perubahan yang disebabkan oleh variabel Y (dependen) (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung dari masing – masing variabel independen dengan signifikan 5%. Dalam penelitian ini, ada 1 variabel dependen dan 3 variabel independen, sehingga model regresi berganda dipakai menguji hipotesis pada penelitian ini. Tingkat signifikan yang digunakan untuk penelitian ini adalah 5%.

Metode berikut digunakan untuk menguji penerimaan atau penolakan hipotesis :

- a. H_0 ditolak jika t statistik $>$ dari t tabel dengan signifikan (α) $<$ dari 0.05 atau 5%. Dengan demikian, hipotesis diterima jika koefisien parameter bertanda positif, yang berarti variabel dependen dipengaruhi secara parsial oleh variabel independen
- b. H_0 diterima jika t statistik lebih besar dari t tabel dengan signifikan (α) $>$ 0.05 atau 5%. Dengan koefisien parameter bertanda negatif, hipotesis ditolak. yang berarti variabel dependen tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen secara parsial.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Responden

Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai minat para pengguna mobile banking. Tolak ukur yang saya gunakan adalah pengguna BSI *mobile* di Ngawi. Hal itu karena banyak masyarakat di Ngawi yang belum banyak yang menggunakan *mobile banking*, padahal penggunaan mobile banking yang cukup mudah untuk diakses melalui *smartphone* yang terhubung dengan internet..

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner menggunakan *link google form* secara online. Kemudian link tersebut disebar melalui pesan *whatsapp*. Penyebaran kuisioner dilakukan pada bulan November 2022 dan diperoleh 100 Responden kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 23.

Dalam proses pengumpulan data peneliti mengalami kendala yang dihadapi yaitu memerlukan beberapa waktu yang cukup lama dalam memperoleh dan mengumpulkan data penelitian data. Hal itu terjadi karena tidak semua responden bersedia mengisi data penelitian melalui *google form* yang telah disediakan secara online tersebut.

4.2. Penyajian dan Hasil Analisis Data

4.2.1. Karakteristik Responden

Tujuan penyajian data deskriptif ini adalah untuk melihat bagaimana profil penelitian dan hubungan antar variabel pada penelitian . Data ini memberikan informasi kondisi responden untuk informasi I dalam memahami hasil penelitian. Memiliki karakteristik penelitian adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik jenis kelamin

TABEL 4.1

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	25	25,0	25,0	25,0
PEREMPUAN	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 75 orang, sedangkan sisanya yaitu berjenis kelamin laki-laki sejumlah 25 orang. Hal ini menunjukkan sampel penelitian ini didominasi oleh perempuan

2. Karakteristik usia

TABEL 4.2

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-20 Thn	5	5,0	5,0	5,0
21-25 Thn	77	77,0	77,0	82,0
26-30 Thn	8	8,0	8,0	90,0
31-40 Thn	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa kebanyakan responden adalah yang berusia 21-25 tahun sebanyak 77 orang, kemudian yang berusia 18-20 tahun sebanyak 5 orang, lalu yang berusia 26-30 tahun sebanyak 8 orang dan yang berusia 31-40 tahun sebanyak 10 orang juga. Hal ini menunjukkan bahwa sampel pada penelitian ini mayoritas berusia antara 21-25 tahun.

3. Karakteristik lama menggunakan mobile banking BSI

TABEL 4.3
LAMA MENGGUNAKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 Tahun	42	42,0	42,0	42,0
1 Tahun	20	20,0	20,0	62,0
>1 Tahun	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa kebanyakan responden menggunakan *mobile banking* adalah < 1 tahun sejumlah 75 pengguna. Kemudian yang menggunakan selama 1-5 tahun sebanyak 24 orang, dan yang menggunakan selama lebih dari 5 tahun sebanyak 1 orang saja. menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi pengguna BSI *mobile banking* kurang dari 1 tahun.

TABEL 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar /Mahasiswa	29	29,0	29,0	29,0
	Karyawan Swasta	31	31,0	31,0	60,0
	PNS/TNI/POLRI	9	9,0	9,0	69,0
	Wiraswasta	10	10,0	10,0	79,0
	Ibu Rumah Tangga	6	6,0	6,0	85,0
	Lainnya	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut diketahui tentang status pekerjaan responden pengguna Mobile Banking di ngawi bahwa pelajar/mahasiswa adalah sebanyak 29 orang atau 29%. Rresponden Karyawan swasta sejumlah 31 atau 31 % Wiraswasta sejumlah 10 atau 10%%. Responden PNS/TNI/Polri sebnyak 9 orang atau %. Responden IRT sejumlah 6 atau 6%, dan sisanya adalah responden yang memiliki status pekerjaan lainnya sebanyak 15 orang atau 15%.

4.2.2. Hasil Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi mengukur valid tidaknya sebuah kuisisioner. Membandingkan antara r hitung dan r tabel adalah cara untuk mengetahui apakah signifikan atau tidak. Nilai r hitung ketahu pada kolom korelasi total yang dikoreksi dalam output SPSS, sedangkan nilai r tabel dapat diperoleh rumus $df = n-2$ yang signifikan 0,05, yaitu $df = 100-2 = 98$ sehingga nilai r tabel yaitu 0,1966.

TABEL 4.5

UJI VALIDITAS

PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI (X1)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kecepatan Transaksi	0,819	0,1966	Valid
2	Efisiensi Transaksi	0,893	0,1966	Valid
3	Mendukung aktivitas	0,787	0,1966	Valid

PERSEPSI RISIKO (X2)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Tidak memiliki risiko yang tinggi	0,596	0,1966	Valid
2	Keamanan transaksi	0,651	0,1966	Valid
3	keamanan fasilitas dari bahaya virus	0,642	0,1966	Valid
4	Jaminan keamanan	0,613	0,1966	Valid

FITUR LAYANAN (X3)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Keamanan fasilitas	0,756	0,1966	Valid
2	Kelengkapan fasilitas dengan kebutuhan	0,766	0,1966	Valid
3	Sesuai kbutuhan	0,668	0,1966	Valid
4	Biaya penggunaan rendah	0,730	0,1966	Valid

MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Keinginan dimasa mendatang	0,779	0,1966	Valid
2	Kesesuaian	0,853	0,1966	Valid
3	Dukungan	0,717	0,1966	Valid
4	Rekomendasi	0,796	0,1966	Valid

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut yang merupakan hasil dari pengelolaan data SPSS versi 22. Hasil penelitian tersebut menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka dari itu disimpulkan bahwa semua indikator penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuisisioner, pertanyaan dalam kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan stabil atau konsisten. Suatu alat penelitian dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alphanya* di atas 0,70. Pada Tabel 4.6 memaparkan hasil uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini.

TABEL 4.6
UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Teknologi Informasi	0.780	Reliabel
Persepsi Risiko	0.743	Reliabel
Fitur Layanan	0.704	Reliabel
Minat	0,794	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel diatas merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 23 yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel Persepsi Teknologi Informasi sebesar 0,780 , Persepsi Risiko sebesar 0,743, Fitur Layanan sebesar 0,714 dan minat sebesar 0.794. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.70

4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. *Metode Kolmogorov-Smirnov (K-S)* digunakan untuk mengidentifikasi kenormalan ini. Ini berarti bahwa jika hasil signifikansi dari tiap variabel > dari 0,05, maka distribusi normal.

TABEL 4.7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43254283
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,071
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,170 ^c

Sumber: Data Pengolah SPSS Versi 22 (2022)

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS Versi 23 dan dapat ditarik kesimpulan bahwa metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,170 lebih besar dari 0,05 yang berarti data tersebut normal.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adakah ketidaksamaan dalam varian residual antara pengamatan pada model regresi. apabila varian residual tetap maka terjadi homokedastisitas sehingga tidak heteroskedastisitas. Metode uji glejser digunakan pada uji ini. Jika variabel independen signifikan atau $< 0,05$ mempengaruhi variabel independen, makaterjadi heteroskedastisitas.

TABEL 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,439	,962		1,496	,138
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,012	,070	,020	,166	,868
PERSEPSI RISIKO	,054	,069	,102	,779	,438
FITUR LAYANAN	,085	,059	,188	1,448	,151

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.7 diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS Versi 23 dapat dilihat bahwa variabel persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan nilai signifikan persepsi teknologi informasi sebesar 0,868 persepsi risiko 0,438 sedangkan fitur layanan sebesar 0,151. Jadi dapat ditarik kesimpulan hasil ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah terdapat korelasi dalam model regresi. model regresi baik jika tidak ada korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dengan melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)

TABEL 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885		
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011	,678	1,474
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012	,589	1,699
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000	,606	1,651

Sumber: Data primer diolah (2022).

Dari tabel 4.8 diatas nilai *Tolerance* Persepsi Teknologi Informasi adalah 0,678 kemudian Persepsi Risiko bernilai 0,589 dan Fitur Layanan sebesar 0,606. Hasil ketiganya lebih dari 0,1. Sedangkan nilai VIF Persepsi Teknologi Informasi adalah 1,474 kemudian Persepsi Risiko bernilai 1,699 dan Fitur Layanan sebesar 0,651. Sehingga disimpulkan variabel pada penelitian ini yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.4. Hasil Uji Ketetapan Model

1. Uji F

Uji F bertujuan mengetahui besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap

variabel dependen. apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

TABEL 4.10

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	280,624	3	93,541	44,200	,000 ^b
Residual	203,166	96	2,116		
Total	483,790	99			

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.9 tersebut dapat disimpulkan jika nilai f hitung 44,200. Maka f hitung $>$ f tabel yaitu $44,200 > 2,70$ dengan nilai *sig p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka variabel persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan bertujuan mengetahui presentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X). Hasil koefisien terletak antara nilai 0-1, nilai 1 merupakan nilai yang paling bagus karena menerangkan nilai dari keseluruhan tingkat kelengkapan variabel bebas pada variabel terikat. Jika nilai mendekati 0 maka semakin lemah variabel bebas menerangkan variabel terikat.

TABEL 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,567	1,455

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.10 dapat disimpulkan hasil uji determinasi koefisien Adjusted sebesar 0,567 hal tersebut berarti pengaruh ketiga variabel yaitu persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan sebesar 56,7% sedangkan sisanya 43,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya bukan termasuk yang ada pada penelitian ini.

4.2.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel dependen dengan independen. regresi digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel dependen (Y) dan independen (X) minimum 2.

TABEL 4.12

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012

FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000
---------------	------	------	------	-------	------

Sumber; Data primer diolah (2022)

Dari tabel regresi diatas dapat diperoleh persamaan garis regresi linear yaitu :

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

$$Y = 0,212 + 0,278 X_1 + 0,270 X_2 + 0,497 + e$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi kedua variabel bebas (b_1, b_2, b_3) bertanda positif (+). Ini menunjukkan bahwa persepsi tentang teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan memengaruhi keinginan untuk menggunakan layanan perbankan mobile.

4.2.6. Hasil uji t

Uji t bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Significansi hasil olah data regresi menunjukkan kebutuhan uji ini. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel. Jadi, variabel independen secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen. Jika $P\text{-value} < 0,05$ maka H_0 diterima. Jadi secara parsial variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

TABEL 4.13

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Variabel Persepsi Teknologi Informasi

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, dengan t hitung 2,608 dan t tabel 1,671. Dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Teknologi Informasi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk using layanan *mobile banking*

2. Variabel Persepsi risiko

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel, dengan besarnya t hitung 2,560 dan t tabel 1,671. Variabel persepsi risiko (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*, sehingga H_0 ditolak.

3. Variabel Fitur Layanan

Dengan nilai t tabel 1,671 dan t hitung 5,529, nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, menurut hasil uji t. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan menggunakan *mobile banking*.

4.2.7. Pembahasan Hasil Analisis

Hasil pengolahan data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi terhadap minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.

Menurut hasil uji t , t hitung 2,608 dan t tabel 1,671, yang menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel. Nilai signifikansi 0,011 lebih kecil dari 0,05. Karena H_0 ditolak, variabel Persepsi teknologi informasi memengaruhi keinginan untuk menggunakan perbankan mobile. Hipotesis kedua (H_1) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap menggunakan layanan BSI *Mobile*. Semakin banyak orang tahu tentang teknologi informasi yang ada, semakin besar minat untuk menggunakan mobile banking.

Kehidupan manusia dibantu oleh teknologi informasi dalam semua aspeknya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Davis tentang persepsi kegunaan. Sejauh mana seseorang menganggap teknologi dapat meningkatkan pekerjaannya diukur dengan persepsi kegunaannya. Kepercayaan pada proses pengambilan keputusan juga terkait dengan persepsi kegunaan. Jika seseorang menganggap sistem informasi bermanfaat untuk segala aktivitas, mereka akan menggunakannya begitupun sebaliknya. (Jogiyanto, 2007). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Agustina (2018) persepsi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Hasil tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Matnin, Kunaifi, dan Ubaidillah, (2021) variabel persepsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

2. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

Hasil t hitung sebesar 2,560 dan t tabel sebesar 1,671 ditemukan, yang menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel. Nilai signifikansi 0,012 lebih kecil dari 0,05. Karena H_0 ditolak, variabel risiko memengaruhi minat dalam menggunakan mobile banking. Hipotesis kedua (H_2) menunjukkan dampak positif dan signifikan terhadap keinginan untuk utilizing layanan perbankan mobile Bank Syariah Indonesia. Semakin tinggi risiko yang akan dihadapi, semakin besar pengaruh pada minat untuk menggunakan mobile banking.

Nasabah memiliki persepsi resiko tentang ketidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari tindakan tertentu. Risiko sendiri ialah sesuatu yang tidak diketahui secara pasti dan dapat berasal dari banyak hal yang tidak pernah terduga sebelumnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah, Mutmainah, dan Romadhon, (2022) menunjukkan bahwa bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking, namun hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian Riady & Ginting, (2015) bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat

3. Pengaruh Fitur Pelayanan terhadap minat menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

Dengan nilai t tabel 1,671, besarnya t hitung adalah 5,529. Nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05. Hipotesis H_3 berdampak positif dan signifikan pada keinginan untuk using mobile banking Bank Syariah Indonesia. Semakin banyak fitur yang ditawarkan oleh layanan mobile banking, semakin besar minat untuk menggunakannya. Fitur adalah fitur yang dirancang untuk mendukung dan meningkatkan fungsi produk.

Sebagian besar pelanggan memilih barang dari berbagai macam barang yang sudah ada karena fiturnya. Untuk membuat produk mereka lebih baik daripada produk pesaing, fitur sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan akan terus mengembangkan

cara baru untuk menarik pelanggan dan bersaing dengan perusahaan pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh fitur layanan. Hal ini disebabkan oleh banyak keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan oleh transaksi melalui perbankan mobile

Fitur, menurut Kotler dan Keller (2012), adalah metode kompetitif untuk mendefinisikan product suatu perusahaan dengan cara yang berbeda dari produk perusahaan pesaing. Perusahaan dapat membedakan produknya dengan fitur ini.. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iqbal, Heriyani, dan Urrahmah, (2021) menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Marthauli, Mirati, dan Vidyasari, (2021) bahwa variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.3. Gambaran Umum Penelitian

4.3.1. Gambaran Umum Responden

Peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai minat para pengguna mobile banking. Tolak ukur yang saya gunakan adalah pengguna BSI *mobile* di Ngawi. Hal itu karena banyak masyarakat di Ngawi yang belum banyak yang menggunakan *mobile banking*, padahal penggunaan mobile banking yang cukup mudah untuk diakses melalui *smartphone* yang terhubung dengan internet..

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner menggunakan *link google form* secara online. Kemudian link tersebut disebar melalui pesan *whatsapp*. Penyebaran kuisioner dilakukan pada bulan November 2022 dan diperoleh 100 Responden kemudian diolah menggunakan SPSS Versi 23.

Dalam proses pengumpulan data peneliti mengalami kendala yang dihadapi yaitu memerlukan beberapa waktu yang cukup lama dalam memperoleh dan mengumpulkan data penelitian data. Hal itu terjadi karena tidak semua responden bersedia mengisi data penelitian melalui *google form* yang telah disediakan secara online tersebut.

4.4. Penyajian dan Hasil Analisa Data

4.4.1. Karakteristik Responden

Tujuan penyajian data deskriptif ini adalah untuk melihat bagaimana profil penelitian dan hubungan antar variabel pada penelitian . Data ini memberikan informasi kondisi

responden untuk informasi 1 dalam memahami hasil penelitian. Memiliki karakteristik penelitian adalah sebagai berikut:

4. Karakteristik jenis kelamin

TABEL 4.1

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid LAKI-LAKI	25	25,0	25,0	25,0
PEREMPUAN	75	75,0	75,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 75 orang, sedangkan sisanya yaitu berjenis kelamin laki-laki sejumlah 25 orang. Hal ini menunjukkan sampel penelitian ini didominasi oleh perempuan

5. Karakteristik usia

TABEL 4.2

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-20 Thn	5	5,0	5,0	5,0
21-25 Thn	77	77,0	77,0	82,0
26-30 Thn	8	8,0	8,0	90,0
31-40 Thn	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa kebanyakan responden adalah yang berusia 21-25 tahun sebanyak 77 orang, kemudian yang berusia 18-20 tahun sebanyak 5 orang, lalu yang berusia 26-30 tahun sebanyak 8 orang dan yang berusia 31-40 tahun sebanyak 10 orang juga. Hal ini menunjukkan bahwa sampel pada penelitian ini mayoritas berusia antara 21-25 tahun.

6. Karakteristik lama menggunakan mobile banking BSI

TABEL 4.3

LAMA MENGGUNAKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1 Tahun	42	42,0	42,0	42,0
1 Tahun	20	20,0	20,0	62,0
>1 Tahun	38	38,0	38,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa kebanyakan responden menggunakan *mobile banking* adalah < 1 tahun sejumlah 75 pengguna. Kemudian yang menggunakan

selama 1-5 tahun sebanyak 24 orang, dan yang menggunakan selama lebih dari 5 tahun sebanyak 1 orang saja. menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini didominasi pengguna BSI *mobile banking* kurang dari 1 tahun.

TABEL 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		PEKERJAAN			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar /Mahasiswa	29	29,0	29,0	29,0
	Karyawan Swasta	31	31,0	31,0	60,0
	PNS/TNI/POLRI	9	9,0	9,0	69,0
	Wiraswasta	10	10,0	10,0	79,0
	Ibu Rumah Tangga	6	6,0	6,0	85,0
	Lainnya	15	15,0	15,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut diketahui tentang status pekerjaan responden pengguna Mobile Banking di ngawi bahwa pelajar/mahasiswa adalah sebanyak 29 orang atau 29%. Responden Karyawan swasta sejumlah 31 atau 31 % Wiraswasta sejumlah 10 atau 10%%. Responden PNS/TNI/Polri sebanyak 9 orang atau %. Responden IRT sejumlah 6 atau 6%, dan sisanya adalah responden yang memiliki status pekerjaan lainnya sebanyak 15 orang atau 15%.

4.4.2. Hasil Uji Instrumen

3. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi mengukur valid tidaknya sebuah kuisioner. Membandingkan antara r hitung dan r tabel adalah cara untuk mengetahui apakah signifikan atau tidak. Nilai r hitung ketahu pada kolom korelasi total yang dikoreksi dalam output SPSS,

sedangkan nilai r tabel dapat diperoleh rumus $df = n-2$ yang signifikan 0,05, yaitu $df = 100-2 = 98$ sehingga nilai r tabel yaitu 0,1966.

TABEL 4.5

UJI VALIDITAS

PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI (X1)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Kecepatan Transaksi	0,819	0,1966	Valid
2	Efisiensi Transaksi	0,893	0,1966	Valid
3	Mendukung aktivitas	0,787	0,1966	Valid

PERSEPSI RISIKO (X2)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Tidak memiliki risiko yang tinggi	0,596	0,1966	Valid
2	Keamanan transaksi	0,651	0,1966	Valid

3	keamanan fasilitas dari bahaya virus	0,642	0,1966	Valid
4	Jaminan keamanan	0,613	0,1966	Valid

FITUR LAYANAN (X3)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Keamanan fasilitas	0,756	0,1966	Valid
2	Kelengkapan fasilitas dengan kebutuhan	0,766	0,1966	Valid
3	Sesuai kbutuhan	0,668	0,1966	Valid
4	Biaya penggunaan rendah	0,730	0,1966	Valid

MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)				
No	Sub Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
1	Keinginan dimasa mendatang	0,779	0,1966	Valid
2	Kesesuaian	0,853	0,1966	Valid
3	Dukungan	0,717	0,1966	Valid

4	Rekomendasi	0,796	0,1966	Valid
---	-------------	-------	--------	-------

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 tersebut yang merupakan hasil dari pengelolaan data SPSS versi 22. Hasil penelitian tersebut menunjukkan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka dari itu disimpulkan bahwa semua indikator penelitian ini valid.

4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur suatu kuisisioner, pertanyaan dalam kuisisioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan stabil atau konsisten. Suatu alat penelitian dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach Alphanya* di atas 0,70. Pada Tabel 4.6 memaparkan hasil uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini.

TABEL 4.6
 UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Teknologi Informasi	0.780	Reliabel
Persepsi Risiko	0.743	Reliabel
Fitur Layanan	0.704	Reliabel
Minat	0,794	Reliabel

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel diatas merupakan hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS versi 23 yang menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel Persepsi Teknologi Informasi sebesar 0,780 , Persepsi Risiko sebesar 0,743, Fitur Layanan sebesar 0,714 dan minat sebesar 0.794. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam variabel ini reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0.70

4.4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

2. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui nilai residual berdistribusi normal atau tidak. *Metode Kolmogorov-Smirnov (K-S)* digunakan untuk mengidentifikasi kenormalan ini. Ini berarti bahwa jika hasil signifikansi dari tiap variabel > dari 0,05, maka distribusi normal.

TABEL 4.7
 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43254283
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,071
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,170 ^c

Sumber: Data Pengolah SPSS Versi 22 (2022)

Dari tabel 4.6 diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS Versi 23 dan dapat ditarik kesimpulan bahwa metode *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,170 lebih besar dari 0,05 yang berarti data tersebut normal.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adakah ketidaksamaan dalam varian residual antara pengamatan pada model regresi. apabila varian residual tetap maka terjadi homokedastisitas sehingga tidak heteroskedastisitas. Metode uji glejser digunakan pada uji ini. Jika variabel independen signifikan atau $< 0,05$ mempengaruhi variabel independen, makaterjadi heteroskedastisitas.

TABEL 4.8

Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,439	,962		1,496	,138
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,012	,070	,020	,166	,868
PERSEPSI RISIKO	,054	,069	,102	,779	,438
FITUR LAYANAN	,085	,059	,188	1,448	,151

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.7 diatas menunjukkan hasil dari pengolahan SPSS Versi 23 dapat dilihat bahwa variabel persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan memiliki nilai signifikan $> 0,05$ dengan nilai signifikan persepsi teknologi informasi sebesar 0,868 persepsi risiko 0,438 sedangkan fitur layanan sebesar 0,151. Jadi dapat ditarik kesimpulan hasil ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan mengetahui apakah terdapat korelasi dalam model regresi. model regresi baik jika tidak ada korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilihat dengan melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)

TABEL 4.9

Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885		
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011	,678	1,474
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012	,589	1,699
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000	,606	1,651

Sumber: Data primer diolah (2022).

Dari tabel 4.8 diatas nilai *Tolerance* Persepsi Teknologi Informasi adalah 0,678 kemudian Persepsi Risiko bernilai 0,589 dan Fitur Layanan sebesar 0,606. Hasil ketiganya lebih dari 0,1. Sedangkan nilai VIF Persepsi Teknologi Informasi adalah 1,474 kemudian Persepsi Risiko bernilai 1,699 dan Fitur Layanan sebesar 0,651. Sehingga disimpulkan variabel pada penelitian ini yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

4.4.4. Hasil Uji Ketetapan Model

3. Uji F

Uji F bertujuan mengetahui besar variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara simultan atau bersama-sama. Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat dikatakan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen.

TABEL 4.10

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	280,624	3	93,541	44,200	,000 ^b
Residual	203,166	96	2,116		
Total	483,790	99			

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.9 tersebut dapat disimpulkan jika nilai f hitung 44,200. Maka f hitung > f tabel yaitu $44,200 > 2,70$ dengan nilai *sig p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan H₀ ditolak dan H₁ diterima. Maka variabel persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan berpengaruh secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan dapat diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) digunakan bertujuan mengetahui presentasi perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X). Hasil koefisien terletak antara nilai 0-1, nilai 1 merupakan nilai yang paling bagus karena menerangkan nilai dari keseluruhan tingkat kelengkapan variabel bebas pada variabel terikat. Jika nilai mendekati 0 maka semakin lemah variabel bebas menerangkan variabel terikat.

TABEL 4.11

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,762 ^a	,580	,567	1,455
---	-------------------	------	------	-------

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel 4.10 dapat disimpulkan hasil uji determinasi koefisien Adjusted sebesar 0,567 hal tersebut berarti pengaruh ketiga variabel yaitu persepsi teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan sebesar 56,7% sedangkan sisanya 43,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya bukan termasuk yang ada pada penelitian ini.

4.4.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur pengaruh variabel dependen dengan independen. regresi digunakan untuk menentukan apakah ada atau tidaknya hubungan antara variabel dependen (Y) dan independen (X) minimum 2.

TABEL 4.12

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000

Sumber; Data primer diolah (2022)

Dari tabel regresi diatas dapat diperoleh persamaan garis regresi linear yaitu :

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

$$Y = 0,212 + 0,278 X_1 + 0,270 X_2 + 0,497 + e$$

Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien regresi kedua variabel bebas (b_1, b_2, b_3) bertanda positif (+). Ini menunjukkan bahwa persepsi tentang teknologi informasi, persepsi risiko, dan fitur layanan memengaruhi keinginan untuk menggunakan layanan perbankan mobile.

4.4.6. Hasil uji t

Uji t bertujuan untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Significansi hasil olah data regresi menunjukkan kebutuhan uji ini. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika t hitung lebih besar dari t tabel. Jadi, variabel independen secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel dependen. Jika P-value < 0,05 maka H_0 diterima. Jadi secara parsial variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

TABEL 4.13

Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011

PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000

Sumber: Data primer diolah (2022)

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

4. Variabel Persepsi Teknologi Informasi

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, dengan t hitung 2,608 dan t tabel 1,671. Dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Teknologi Informasi (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan untuk using layanan *mobile banking*

5. Variabel Persepsi risiko

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel, dengan besarnya t hitung 2,560 dan t tabel 1,671. Variabel persepsi risiko (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat menggunakan *mobile banking*, sehingga H_0 ditolak.

6. Variabel Fitur Layanan

Dengan nilai t tabel 1,671 dan t hitung 5,529, nilai t hitung lebih besar daripada t tabel, menurut hasil uji t. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, H_0 ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keinginan menggunakan *mobile banking*.

4.4.7. Pembahasan Hasil Analisis

Hasil pengolahan data dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

4. Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi terhadap minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.

Menurut hasil uji t, t hitung 2,608 dan t tabel 1,671, yang menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel. Nilai signifikansi 0,011 lebih kecil dari 0,05. Karena H_0 ditolak, variabel Persepsi teknologi informasi memengaruhi keinginan untuk menggunakan perbankan mobile. Hipotesis kedua (H_1) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap menggunakan layanan BSI *Mobile*. Semakin banyak orang tahu tentang teknologi informasi yang ada, semakin besar minat untuk menggunakan mobile banking.

Kehidupan manusia dibantu oleh teknologi informasi dalam semua aspeknya. Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Davis tentang persepsi kegunaan. Sejauh mana seseorang menganggap teknologi dapat meningkatkan pekerjaannya diukur dengan persepsi kegunaannya. Kepercayaan pada proses pengambilan keputusan juga terkait dengan persepsi kegunaan. Jika seseorang menganggap sistem informasi bermanfaat untuk segala aktivitas, mereka akan menggunakannya begitupun sebaliknya. (Jogiyanto, 2007). Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Agustina (2018) persepsi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Hasil tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Matnin, Kunaifi, dan Ubaidillah, (2021) variabel persepsi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

5. Pengaruh Persepsi Risiko terhadap minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

Hasil t hitung sebesar 2,560 dan t tabel sebesar 1,671 ditemukan, yang menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel. Nilai signifikansi 0,012 lebih kecil dari 0,05. Karena H_0 ditolak, variabel risiko memengaruhi minat dalam menggunakan mobile banking. Hipotesis kedua (H_2) menunjukkan dampak positif dan

signifikan terhadap keinginan untuk utilizing layanan perbankan mobile Bank Syariah Indonesia. Semakin tinggi risiko yang akan dihadapi, semakin besar pengaruh pada minat untuk menggunakan mobile banking.

Nasabah memiliki persepsi resiko tentang keidakpastian dan konsekuensi yang tidak diinginkan dari tindakan tertentu. Risiko sendiri ialah sesuatu yang tidak diketahui secara pasti dan dapat berasal dari banyak hal yang tidak pernah terduga sebelumnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah, Mutmainah, dan Romadhon, (2022)menunjukkan bahwa bahwa risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking, namun hasil tersebut bertolak belakang dengan penelitian Riady & Ginting, (2015) bahwa persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat

6. Pengaruh Fitur Pelayanan terhadap minat menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

Dengan nilai t tabel 1,671, besarnya t hitung adalah 5,529. Nilai signifikansi 0,00 kurang dari 0,05. Hipotesis H3 berdampak positif dan signifikan pada keinginan untuk using mobile banking Bank Syariah Indonesia. Semakin banyak fitur yang ditawarkan oleh layanan mobile banking, semakin besar minat untuk menggunakannya. Fitur adalah fitur yang dirancang untuk mendukung dan meningkatkan fungsi produk.

Sebagian besar pelanggan memilih barang dari berbagai macam barang yang sudah ada karena fiturnya. Untuk membuat produk mereka lebih baik daripada produk pesaing, fitur sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan akan terus mengembangkan cara baru untuk menarik pelanggan dan bersaing dengan perusahaan pesaing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat untuk menggunakan mobile banking dipengaruhi oleh fitur layanan. Hal ini disebabkan oleh banyak keuntungan dan kemudahan yang ditawarkan oleh transaksi melalui perbankan mobile

Fitur, menurut Kotler dan Keller (2012), adalah metode kompetitif untuk mendefinisikan product suatu perusahaan dengan cara yang berbeda dari produk perusahaan pesaing. Perusahaan dapat membedakan produknya dengan fitur ini.. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iqbal, Heriyani, dan Urrahmah, (2021) menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Marthauli, Mirati, dan Vidyasari, (2021) bahwa variabel fitur layanan berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terdapat minat menggunakan BSI *Mobile*. Hasil uji menunjukkan bahwa besarnya t hitung adalah 2,608 dibandingkan dengan t tabel 0,1671. Nilai signifikansi fitur 0,011 adalah 0,05. Karena itu, hipotesis menunjukkan bahwa persepsi tentang teknologi informasi memengaruhi minat untuk menggunakan layanan mobile banking BSI. layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia.
2. Persepsi Risiko memengaruhi minat dalam menggunakan layanan mobile banking Bank Syariah Indonesia secara signifikan. Hasil uji t menunjukkan bahwa hasil t hitung sebesar 2,560 lebih besar dari hasil t tabel sebesar 1,1671. Nilai signifikansi 0,012 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis menunjukkan bahwa persepsi risiko memengaruhi keinginan untuk Menggunakan layanan BSI *Mobile*

3. Fitur pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan layanan *mobile banking* BSI. Hasil uji t menunjukkan bahwa besarnya t hitung adalah 5,529 lebih besar dari t tabel 1,671. Nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,05.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat keterbatasan dari penulis antara lain:

1. Waktu dan subjek penelitian terbatas, sehingga kuesioner hanya dibagikan kepada pengguna Mobile Banking di Ngawi selama satu bulan. *Banking* di Ngawi
2. Metode kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan menyebarkan kuisisioner secara online atau melalui link formulir Google, tetapi tanpa melakukan wawancara, sehingga hasilnya hanya berdasarkan data yang dikumpulkan.

5.3 Saran

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang Mobile Banking dengan mengubah subjek penelitian, melihat faktor lain yang mempengaruhi minat untuk menggunakan Mobile Banking yang belum diteliti oleh penelitian ini, dan menggunakan teori terbaru untuk memperbaiki dan menghasilkan penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Heny. (2017). *Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)*. Jurnal Manajemen Kinerja. 3 (1) : 24-29
- Al Arif, M. Nur Rianto. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta. hlm 213–14.
- Amijaya, Rizky. (2010). *Pengaruh Presepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi S1 Fakultas Ekonomi UNDIP, Semarang
- Arthana R.,Yudi W., dan Novi Rukhviyanti. (2015). *Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-banking): Model, Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory Of Planned Behavior (TPB)*. Jurnal Informasi 7 (1) : 25 – ‘44
- Atarwaman, Rita J.D. (2022). *Pengaruh Persepsi Risiko, Kegunaan, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking di Kota Ambon*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. 10 (2): 281- 290.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.Vol. 13 No. 5: pp319-339
- Dewi, N. M.A.P., dan I Gde. Kt. Warmika. (2016). *Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking Commerce di Kota Denpasar*. E-Jurnal Manajemen Unud. 5 (4): 2606-2636
- Farizi, & Syaefullah.(2015) *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Resiko & Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”*. Jurnal Ekonomi. 1 (1): 1-8
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi 3*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Statistik Non-Parametrik: Teori Dan Aplikasi Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Hadi, S., dan Novi. (2015). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Layanan Mobile Banking*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Optimum. 5 (1): 55-67.
- Hendri, Jasmiko. (2020) *Pengaruh Keamanan, Risiko, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking" (Studi pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Kota Bengkulu)*, (Bengkulu: skripsi diterbitkan 2020), hlm. 28
- Hendryadi, S. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori Pada Aplikasi Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam Edisi Pertama*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Iqbal Johandri ,. Heriyani., dan Isroq Urrahmah. (2021). *Pengaruh Kemudahan dan*

Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking. Global Financial Accounting Journal. 5 (2) :25

Jeong, B.-K., & Yoon, T. E. (2013). *An Empirical Investigation on Consumer Acceptance of Mobile Banking Services*. Journal Business and Management Research, Vol. 2.

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset. hlm. 114.

Kasemim, Kasiyanto. (2015). *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi (Sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian tentang Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, hlm.10-11

Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Laksana, G.B., Endang S. Astuti., dan Rizki Y. Dewantara. (2015). *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko, dan persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Administrasi Bisnis, 26 (2): 1-8

Makmuriyah, Amanatun Nur., dan Kartika Marella Vanni. (2020). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri di Kota Semarang)*. Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis. 5 (1) : 37-44

Mardani. (2015). *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group. 26-27.

Marthauli., R. Elly Mirati., dan Rahmanita Vidyasari. 2021. *Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan BCA Mobile di wilayah Jabodetabek*. Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan. 8 (1) : 1463

Matnin., Aang Kunaifi., dan AchUbaidillah. (2021) *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko dan Handling Of Complaint Terhadap Minat Nasabah dalam menggunakan Internet Banking (Studi Kasus BPRS Bakti Sumekar Cabang Pragan)*. Jurnal Ekonomi Syariah. 6 (2) : 176

Miftahuddin, dan Decky Hendarsyah. (2019). *Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP Bengkulu dengan Bank Mandiri KC Bengkulu*. Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita. 8 (1): 16-32.

Mubarokah, S. N. (2019). *Minat Menggunakan Mobile Banking pada Perbankan Milik Negara*. Proceedings 6th NCAB (National Conference on Applied Business). hal. 242-249

Muhamad. (2015). *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hal. 5

Nurdin., dkk. (2020). *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*. Jurnal Ilmu perbankan dan Keangan Syariah. 2 (1) : 88-104

- Poon, W. C. (2008). *Users' adoption of e-banking services. Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol.23.
- Rahayu, Imam S. (2015). *Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking dengan Menggunakan Kerangka Teknologi Acceptance Model TAM*. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*. V (2): 138-147.
- Rahman, F., dkk. (2017). *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Expert. hlm.62
- Ramadhan, M.Z D., dan Vemy, S. Asih. (2021). *Studi Komparatif: Kualitas Layanan Mobile Banking BRI Syariah dan Bank Syariah Indonesia*. *Indonesian Journal of Economics and Management*. 1 (3): 578-583.
- Ratmono, N. S. (2021). *Pengaruh Persepsi Teknologi dan Persepsi Risiko Terhadap Kepercayaan Pengguna M-banking BRI Konvensional: Studi Pada Mahasiswa FEB UM METRO*, *Jurnal Manajemen*. 15 (2): 295.
- Riady, Hans Setiawan., dan Dahlia Br Ginting. (2015) *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, Kepercayaan dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan E-banking*. *Media Informatika*.14(2):18
- Ridwansyah. (2013). *Mengenal Istilah-Istilah dalam Perbankan Syariah*. CV.Anugrah Utama Raharja
- Rithmaya, Chitra Laksmi. (2016). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 16 (1) :160-177.
- Sari, Dwi Mutiara., Muhammad, I. F., dan Suharto. (2021). *Manfaat dan Risiko Penggunaan Layanan Perbankan Melalui Aplikasi Mobile Banking*". *Jurnal Ekonomi Islam*. 12 (2): 170-182
- Schunk, Dale H, dkk. (2012). *Motivasi dalam Pendidikan: Teori, Penelitian dan Aplikasi*, Edisi Ketiga. Jakarta: Indeks. hlm.319-320
- Shaleh, A.R dan Muhib A.W (2014) *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana. hal. 262.
- Soelistya, Djoko., dan Heni Agustina. (2017). *Analisis Teknologi Informasi Mobile Banking dan Persepsi Risiko Transaksi (Studi Kasus Bank Mandiri Syariah Cabang Jemur Handayani Surabaya)*, *Accounting and Management Journal*, 1 (2) : 93
- Sopuntan, Gabby E.M, Bonny F. Sompie, dan Robert J. M. Mandagi. (2014). *Manajemen Risiko Kesehatan dan Keelamatan Kerja (K3) (Study Kasus Pada Pembangunan Gedung SMA Eben Haezar)*.*Jurnal Ilmiah Media Engineering* 4 (4) : 229-238
- Sugiono, P D. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R n D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D..* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D Edisi Ketiga*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Supriyadi. (2014). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi, dan Fitur Layanan Pada Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking*. 10 (1a)
- Sutabri, T. (2013). *Komputer dan Masyarakat*. Yogyakarta: ANDI. hlm.72
- Tjiptono, Fandy. (1997). *Prinsip – Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset
- Ulfah, Nur Malikha., Kurniawati Mutmainah., dan Romandhon. (2022). *Minat Menggunakan Mobile Banking dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, & Perbankan Syariah*. 2 (3) : 110
- Vincent-Waine Mitchel, *Consumer Preceived Risk: Conceptualisations and model”*. *European Journal of Marketing*, Vol. 33, h. 163-195.
- Wulandari, N. P., dan Nadya N. K. M. (2017). *Analisis Faktor-faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung*. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 10 (2): 139-149

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE* BANKING BSI (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)

Assalamu'alaikum

Saya Mirza Helgayanti selaku mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO, DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE* BANKING BSI (Studi Pada Pengguna Mobile Banking BSI di Ngawi)”

Segala informasi yang diperoleh dari kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini dengan benar, teliti, dan tepat.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas kesediaan dan partisipasinya dalam mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum, Wr,Wb

Hormat saya, 10 November 2022

Mirza Helgayanti

185231074

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 18- 20 Tahun
 - b. 21 – 25 Tahun
 - c. 25 – 30 Tahun
4. Pekerjaan
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS/TNI/POLRI
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wirausaha
 - e. Ibu rumah tangga
 - f. Lain-lain
5. Apakah anda pernah / Sedang Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) ?.
 - a. Ya
 - b. Tidak

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Bacalah pernyataan terlebih dahulu dengan cermat
2. Beri tanda centang untuk mengetahui seberapa jauh mengenai pernyataan ini. Masing – masing pertanyaan memiliki nilai yang terdapat pada kolom yang terkait.
STS = Sangat tidak setuju
TS = Tidak setuju
N = Netral
S = Setuju
SS = Sangat Setuju

C. Pertanyaan Pada Kuisisioner

1. Persepsi Teknologi Informasi (X1)

No.	Indikator/Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kecepatan transaksi dengan BSI <i>Mobile</i> sangat tinggi					
2.	Transaksi yang dilakukan dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i> Sangat Efektif					
3.	penggunaan BSI <i>Mobile</i> sangat mendukung aktivitas saya					

2. Persepsi Risiko (X2)

No.	Indikator/Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Menggunakan BSI <i>Mobile</i> tidak memiliki risiko tinggi terutama risiko kebocoran PIN					
2.	Aplikasi BSI <i>mobile</i> aman digunakan untuk bertransaksi					
3.	Aplikasi <i>Mobile banking</i> BSI aman dari bahaya virus					
4.	BSI menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui BSI <i>Mobile</i>					

3. Fitur Layanan (X3)

No.	Indikator/Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank Menyediakan fitur transaksi yang lengkap dalam <i>BSI Mobile</i>					
2.	Fitur transaksi <i>BSI Mobile</i> lengkap sesuai dengan kebutuhan saya					
3.	<i>BSI Mobile</i> sesuai dengan kebutuhan saya					
4.	Biaya penggunaan <i>BSI Mobile</i> sangat murah					

4. Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Y)

No.	Indikator/Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan <i>Mobile Banking</i> BSI dimasa yang akan datang					
2.	<i>BSI Mobile</i> sangat sesuai dengan kebutuhan saya					
3.	Saya mendapatkan dukungan dari bank dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i>					
4.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan <i>mobile banking</i> BSI					

Lampiran 2 Hasil Data Kuisisioner

1. Variabel Persepsi Teknologi Informasi (X1)

X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	3	4	11
5	5	5	15
2	3	4	9
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	5	13
3	3	4	10
4	4	5	13
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
3	3	4	10
3	3	3	9
4	3	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	5	13
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	5	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
3	3	3	9
4	4	4	12
3	4	4	11
5	4	4	13
3	4	4	11
5	5	5	15
4	3	4	11
3	3	4	10
4	5	4	13
3	4	4	11
5	5	5	15
3	3	3	9

4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	3	13
5	4	4	13
5	5	5	15
4	5	5	14
4	3	4	11
4	5	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
3	4	4	11
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
3	4	4	11
4	5	5	14
3	4	4	11
4	4	4	12
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	5	13
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	4	10
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
4	4	5	13
4	4	5	13
5	5	5	15
4	4	3	11
3	3	3	9
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
5	4	3	12
4	4	4	12
5	4	4	13
5	4	4	13
5	5	5	15

5	4	5	14
5	5	4	14
4	5	5	14
5	3	3	11
5	4	4	13
5	4	5	14
5	5	4	14
5	4	4	13
5	4	4	13

2. Variabel Persepsi Risiko (X2)

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
4	5	4	4	17
3	5	5	5	18
5	5	5	5	20
4	5	3	4	16
5	4	4	4	17
4	4	3	3	14
4	4	3	5	16
4	4	3	5	16
4	5	4	4	17
3	4	5	5	17
5	5	4	4	18
4	4	3	5	16
4	5	5	5	19
3	4	5	4	16
3	4	4	3	14
4	4	4	5	17
4	3	3	4	14
3	3	3	4	13
5	3	5	3	16
4	3	4	3	14
4	5	3	4	16
4	4	4	4	16
3	4	5	5	17
2	4	5	4	15
3	4	3	4	14
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
3	4	5	3	15
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
5	4	3	5	17

3	4	3	3	13
3	4	4	4	15
3	3	3	4	13
4	5	3	4	16
3	4	5	4	16
3	3	5	4	15
4	4	5	5	18
3	3	3	4	13
3	4	3	5	15
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
5	3	3	3	14
4	4	4	4	16
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	5	3	4	16
5	4	5	5	19
4	4	5	4	17
4	5	3	3	15
4	4	3	4	15
5	5	4	3	17
3	4	5	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
3	4	5	4	16
3	5	3	4	15
4	5	4	4	17
4	4	3	4	15
4	4	3	4	15
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
3	4	5	4	16
4	3	4	4	15
5	5	5	5	20
5	4	5	3	17
4	4	3	4	15
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	3	5	16
3	4	5	4	16
4	5	4	4	17
5	5	3	5	18
3	4	5	5	17
4	4	4	5	17
4	5	4	4	17

4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	4	5	18
4	4	3	4	15
4	5	5	3	17
3	5	4	5	17
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
5	3	4	4	16
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	5	5	3	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
5	4	5	4	18

3. Variabel Fitur Layanan (X3)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	3	3	4	14
5	5	4	3	17
4	4	2	2	12
5	4	5	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	4	19
4	5	5	5	19
3	4	4	3	14
3	3	3	4	13
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
3	3	4	3	13
3	3	4	3	13
3	5	5	3	16
3	4	4	3	14
4	5	4	5	18
4	4	5	4	17
3	5	3	4	15
4	4	4	2	14
4	4	3	3	14

4	4	5	3	16
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	3	3	3	13
5	5	4	5	19
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	5	5	5	19
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
5	4	4	3	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
5	5	5	3	18
3	3	5	2	13
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	3	4	4	16
4	5	4	4	17
4	4	5	4	17
4	4	4	3	15
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	5	5	3	17
3	4	4	4	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	3	17
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18

5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
5	5	5	2	17
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
5	4	4	5	18
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
5	5	4	4	18
4	4	5	5	18
5	4	5	4	18
4	5	4	5	18
3	3	5	5	16
5	5	3	4	17
4	5	5	5	19
5	5	3	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
4	5	5	4	18
5	4	4	5	18

4. Variabel Minat Menggunakan (Y)

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	3	4	4	13
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	4	5	4	18
3	4	4	4	15
5	5	4	4	18
4	5	5	4	18
4	4	5	5	18
3	3	4	4	14
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	4	5	19

4	3	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	5	4	17
3	3	3	4	13
4	5	4	5	18
4	4	3	4	15
2	5	5	4	16
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
3	4	5	4	16
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
5	5	4	5	19
4	3	3	4	14
3	4	3	4	14
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	3	5	2	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	4	3	17
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	3	3	4	14
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	3	4	4	15
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	5	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15

4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	4	5	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
5	4	4	5	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	5	18
3	4	4	3	14
4	4	4	3	15
4	5	4	4	17
3	4	5	4	16
5	5	3	5	18
4	5	5	4	18
4	5	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	5	5	5	19
5	4	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	4	4	17

Lampiran 3 Hasil Analisis Data

Hasil Uji Analisis

A. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

a. Variabel Persepsi Teknologi Informasi

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,612**	,392**	,819**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,612**	1	,623**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,392**	,623**	1	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,819**	,893**	,787**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

b. Variabel Poersepsi Risiko

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,210*	,152	,104	,596**
	Sig. (2-tailed)		,036	,131	,302	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,210*	1	,177	,315**	,650**
	Sig. (2-tailed)	,036		,078	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,152	,177	1	,178	,642**
	Sig. (2-tailed)	,131	,078		,077	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,104	,315**	,178	1	,613**
	Sig. (2-tailed)	,302	,001	,077		,000
	N	100	100	100	100	100

TOTAL	Pearson Correlation	,596**	,650**	,642**	,613**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

c. Variabel Fitur Layanan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	,559**	,279**	,392**	,756**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,559**	1	,395**	,334**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,279**	,395**	1	,317**	,668**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,001	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,392**	,334**	,317**	1	,730**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,756**	,766**	,668**	,730**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

d. Minat Menggunakan

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,548**	,312**	,553**	,779**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,548**	1	,572**	,565**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,312**	,572**	1	,398**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,553**	,565**	,398**	1	,796**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,779**	,853**	,717**	,796**	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. Uji Reliabilitas

a. Variabel Persepsi Teknologi Informasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,780	3

Variabel Persepsi Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,743	4

b. Variabel Fitur Layanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	4

c. Minat Menggunakan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	4

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,43254283
Most Extreme Differences	Absolute	,076
	Positive	,076
	Negative	-,071
Test Statistic		,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,170 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885		
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011	,678	1,474
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012	,589	1,699
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000	,606	1,651

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,439	,962		1,496	,138		
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,012	,070	,020	,166	,868	,678	1,474
PERSEPSI RISIKO	,054	,069	,102	,779	,438	,589	1,699
FITUR LAYANAN	-,085	,059	-,188	-1,448	,151	,606	1,651

a. Dependent Variable: Abs_residual

C. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	280,624	3	93,541	44,200	,000 ^b
Residual	203,166	96	2,116		
Total	483,790	99			

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

b. Predictors: (Constant), FITUR LAYANAN, PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO

2. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,580	,567	1,455

a. Predictors: (Constant), FITUR LAYANAN, PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI, PERSEPSI RISIKO

3. Uji Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011

PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

4. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,212	1,470		,144	,885
PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI	,278	,106	,209	2,608	,011
PERSEPSI RISIKO	,270	,105	,221	2,560	,012
FITUR LAYANAN	,497	,090	,470	5,529	,000

a. Dependent Variable: MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING

Lampiran 4 Daftar Riwayat Hidup

DATA PRIBADI

NAMA : MIRZA HELGAYANTI
TTL : NGAWI, 28 OKTOBER 2000
JENIS KELAMIN : PEREMPUAN
ALAMAT : WONOKERTO, KEDUNGGALAR, NGAWI, JAWA TIMUR
NO HP : 085795286900

PENDIDIKAN

2005-2006 : RA MIFTAHUL HUDA WONOKERTO
2006-2012 : MI MIFTAHUL HUDA WONOKERTO
2012-2015 : MTSN KEDUNGGALAR
2015-2018 : MAN 2 NGAWI
2018-2023 : UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA

Lampiran 5 plagiasi

SKRIPSI MIRZA HELGAYANTI			
ORIGINALITY REPORT			
29%	28%	26%	27%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		4%
2	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source		5%
3	repository.uinjambi.ac.id Internet Source		3%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source		2%
5	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source		2%
6	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source		2%
7	dspace.uii.ac.id Internet Source		1%
8	core.ac.uk Internet Source		1%
9	repository.radenfatah.ac.id Internet Source		1%
10	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
11	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper		1%
12	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source		1%
13	123dok.com Internet Source		1%
14	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source		1%
15	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source		1%
16	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source		1%
17	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper		1%

