

**ANALISIS KEPUTUSAN PENGGUNAAN BSI *MOBILE*
DENGAN PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE*
MODEL (TAM) PADA NASABAH MUSLIM
DI SOLO RAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

**RIRIS NURUL HIDAYATI
NIM.19.52.31.201**

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

**ANALISIS KEPUTUSAN PENGGUNAAN BSI *MOBILE* DENGAN
PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
PADA NASABAH MUSLIM DI SOLO RAYA**

SKRIPSI

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

Oleh :

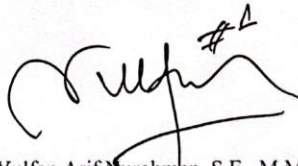
RIRIS NURUL HIDAYATI

NIM. 19.52.31.201

Sukoharjo, 17 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh :

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan Arif Nurohman, S.E., M.M.

NIP. 19860613 201701 1 177

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamua'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riris Nurul Hidayati
NIM : 195231201
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “**Analisis Keputusan Penggunaan BSI Mobile Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Nasabah Muslim Di Solo Raya**”. Benar- benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti/ dilakukan sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 17 April 2023

Riris Nurul Hidayati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riris Nurul Hidayati
NIM : 195231201
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul “**Analisis Keputusan Penggunaan BSI Mobile Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Nasabah Muslim Di Solo Raya**”.

Demikian ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data pengguna BSI *Mobile*. Apabila dikemudian hari skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat, dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sukoharjo, 17 April 2023



Riris Nurul Hidayati

Yulfan A. Nurohman, S.E., M.M.
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Riris Nurul Hidayati

Kepada Yang Terhormat

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

Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Riris Nurul Hidayati NIM: 195231201 yang berjudul:

“Analisis Keputusan Penggunaan BSI Mobile Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* Pada Nasabah Muslim Di Solo Raya”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu perbankan syariah. Oleh karenanya kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 17 April 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Yulfan Arif Nurohman, S.E., M.M.

NIP. 19860613 201701 1 177

PENGESAHAN

**ANALISIS KEPUTUSAN PENGGUNAAN BSI MOBILE DENGAN
PENDEKATAN *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
PADA NASABAH MUSLIM DI SOLO RAYA**

Oleh :

RIRIS NURUL HIDAYATI
NIM. 19.52.31.201


Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 03 Mei 2023 M / 12 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Mokhammad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19801130201503 1 003



Penguji II
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I.
NIP. 19721218200901 1 010




Penguji III
Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E.
NIP. 19890105202012 2 013



Mengetahui,

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


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

MOTTO

“Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan bertaqwalah kepada Allah
supaya kamu menang”

(Q.S Ali Imran: 200)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al- Baqarah: 286)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya
sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(QS Al- Insyirah: 5-6)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar sampai akhir.

Ibu dan Ayah tercinta,

Kakak tersayang selalu aku banggakan

Saudara-saudara serta keluarga tercinta yang telah memberikan doa, dukungan semangat dan kasih sayang yang tiada habisnya.

Terimakasih.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Analisis Keputusan Penggunaan BSI *Mobile* Dengan Pendekatan *Technology Accetance Model* (TAM) Pada Nasabah Muslim Di Solo Raya”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah mengorbankan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag, M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Alvin Yahya, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Yulfan A Nurohman, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Orang tua tercinta Bapak Tibyani dan Ibu Sunarti serta keluarga tercinta dan saudara-saudaraku, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya dan kasih sayangmu tak akan pernah kulupakan.
9. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya , hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya.

Amin .

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 17 April 2023

Penulis

Riris Nurul Hidayati

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of perceived convenience, perceived usefulness, and trust on decisions to use BSI Mobile. The population used in this study were BSI Mobile customers in Solo Raya. The sampling technique in this study was purposive sampling. Sample data were 115 respondents who met the criteria. The data analysis technique used is multiple linear analysis. The results of this study indicate that the perceived convenience variable has no significant effect on the decision to use BSI Mobile. Meanwhile, the variables of perceived usefulness and trust have a significant effect on the decision to use BSI Mobile.

Keywords: *Perceived Convenience, Perceived Usefulness, Trust, and Decision to Use*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BSI *Mobile* di Solo Raya. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling. Data sampel sebanyak 115 responden yang telah memenuhi kriteria. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*. Sedangkan variabel persepsi kemanfaatan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Kepercayaan, dan Keputusan Penggunaan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
NOTA DINAS.....	v
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	9

1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	10
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Kajian Teori.....	14
2.1.1 Teori Ekonomi Islam	14
2.1.2 Teori <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	15
2.1.3 Keputusan Penggunaan.....	23
2.1.4 <i>Mobile Banking</i>	24
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	26
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian	34
3.2 Jenis Penelitian	34
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel	34

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4 Data dan Sumber Data.....	36
3.4.1 Data Primer	36
3.4.2 Data Sekunder.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Variabel- Variabel Penelitian	37
3.6.1 Variabel Independen	37
3.6.2 Variabel Dependen	38
3.7 Definisi Operasional Variabel	38
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.8.1 Instrumen Penelitian	39
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.8.3 Uji Ketetapan Model.....	41
3.8.4 Uji Hipotesis	42
3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Profil Responden	44
4.1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.1.2 Jumlah Responden Berdasarkan Daerah Asal	45
4.1.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46

4.1.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.1.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.1.6 Jumlah Responden Berdasarkan Banyak Tansaksi.....	48
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data	48
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	48
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.2.3 Hasil Uji Ketepatan Model	53
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	55
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	56
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	57
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan BSI Mobile.....	57
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan BSI <i>Mobile</i>	59
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan BSI <i>Mobile</i>	60
BAB V PENUTUP	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN- LAMPIRAN	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	38
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Daerah Asal.....	45
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Banyaknya Transaksi.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan R^2	53
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	55

Tabel 4.15 Hasil Regresi Linier Berganda.....	56
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkembangan Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Tahun 2022.....	3
Gambar 2.1 Model TAM.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	69
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 3 Tabulasi Data Penelitian.....	77
Lampiran 4 Dokumentasi.....	95
Lampiran 5 Pengolahan Data.....	96
Lampiran 6 R Tabel, F Tabel, T Tabel.....	103
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	105
Lampiran 8 Plagiasi.....	106

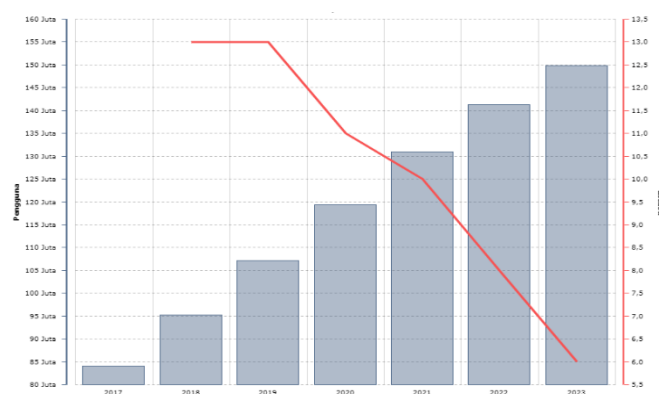
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pengembangan dan perluasan teknologi informasi, telah terlihat pertumbuhan yang meroket di periode modern. Sebagai hasil dari perkembangan ini, persaingan baik di pasar lokal maupun global dapat menjadi sengit bagi bisnis. Ada banyak bisnis diluar sana yang ingin tumbuh dan berkembang sehingga mereka dapat menyediakan produk dan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam memberikan keunggulan adalah pengabungan perkembangan teknologi, seperti penyebaran berita ke dalam operasi perusahaan. Hal ini terlihat dari banyaknya bisnis yang beralih ke optimalisasi TI untuk melawan arus persaingan global (Dirwan, 2022).

Gambar 1. 1 : Perkembangan Internet Di Indonesia



Sumber: Databooks, 2023

Untuk memperluas layanan dan produk keuangan digital secara efektif ke setiap wilayah di Indonesia, penting untuk mempertimbangkan bagaimana masyarakat umum menggunakan internet dan *smartphone*. Data Statistik menunjukkan bahwa ada peningkatan penggunaan internet dan *smartphone*. Databoks <https://katadata.co.id/> mengatakan bahwa ada pertumbuhan 13,3% menjadi 95,2 juta pengguna *smartphone* dan internet di Indonesia pada tahun 2018 dari 84 juta pengguna pada tahun 2017. Tahun berikutnya terlihat peningkatan penggunaan internet di Indonesia, yang akan tumbuh rata-rata 10,2% antara tahun 2018 dan 2023. Jumlah orang yang menggunakan internet naik menjadi 107,2 juta pada 2019, naik 12,6% dari 2018 (Jayani, 2019).

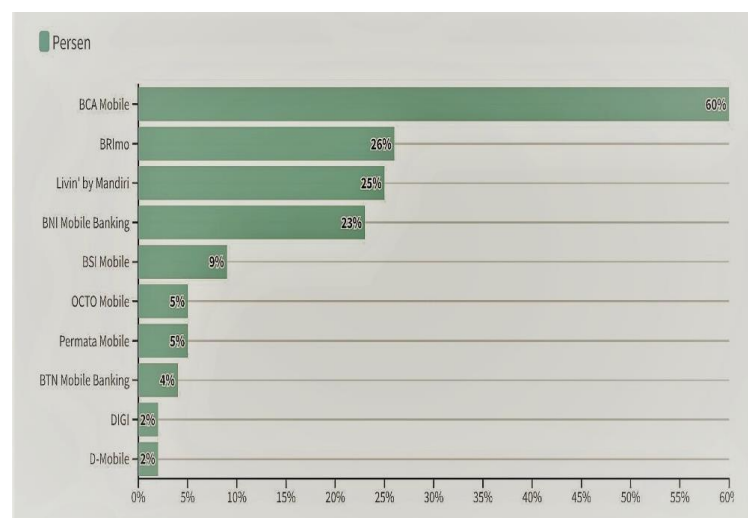
Pertumbuhan ini menjadi kesempatan dan tantangan bagi perusahaan-perusahaan untuk beralih dengan layanan *digital*. Memberikan layanan merupakan apa yang harus dilakukan oleh bank. Di sektor perbankan merupakan salah satu bidang yang mengikuti kemajuan teknologi. *E-banking* yang meliputi layanan *SMS banking*, *internet banking*, dan *mobile banking* merupakan salah satu layanan yang ditawarkan perbankan dalam hal memanfaatkan teknologi (Sukmawati et al., 2021).

Mobile banking (M-banking) merupakan sistem layanan yang bisa diakses langsung oleh nasabah pengguna *mobile banking*. Layanan bank bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam melaksanakan berbagai transaksi keuangan dengan melalui ponsel maupun *smartphone*. Dengan adanya aplikasi *mobile banking* maka harus tersambung menggunakan jaringan internet pada *smartphone*. Konsumen diuntungkan dengan layanan *mobile banking* karena mempermudah akses konsumen terhadap layanan perbankan. *Mobile banking* lebih nyaman daripada

SMS banking karena pengguna tidak perlu mengingat format spesifik *SMS banking* (Atarwaman & Rita, 2022). Kemungkinan pelanggan untuk memutuskan berbisnis dengan *BSI Mobile* akan meningkat jika pengguna memiliki pengalaman yang positif dengan penawaran online perusahaan (Fandi, 2019).

Gambar 1. 2

Jumlah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Tahun 2022



Sumber: Populix, 2023

Salah satu hal yang membuat teknologi itu ramah pengguna adalah betapa intuitifnya teknologi itu. Pendirian ini dijelaskan oleh Davis (1989) dalam hal kesan kemudahan. Ide ini muncul karena kebutuhan dan preferensi seseorang berbeda-beda. Pengguna akan lebih percaya pada sebuah teknologi jika mereka melihatnya sebagai tugas sederhana yang tidak memerlukan banyak waktu atau perhatian mereka. Persepsi kemudahan penggunaan dianggap oleh beberapa akademisi sebagai aspek integral dari paradigma-paradigma adopsi teknologi (TAM) yang

digunakan untuk mengukur adopsi teknologi oleh pengguna (Musyaffi & Kayati, 2020).

Manfaat menggunakan *mobile banking* antara lain mempermudah pekerjaan, meningkatkan pengetahuan individu, mempercepat waktu yang dihabiskan untuk menggunakannya, dan meningkatkan tingkat produktivitas individu. Tujuan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah untuk mempercepat waktu dan lebih konsisten dalam melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan dan berbagai manfaat akan mendorong nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menggunakan aplikasi *BSI Mobile*. Ada aspek lain yang harus diperhatikan oleh nasabah seperti dengan memperhatikan keamanannya (Fadillah et al., 2022).

Layanan *mobile banking* juga mempunyai dampak negatif. Adapun hal yang paling signifikan adalah banyaknya kasus kejahatan penipuan seperti pembobolan layanan perbankan secara *online* dengan menguasai nomor ponsel korban oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Sehingga dalam privasi keamanan nasabah dalam penggunaan *mobile banking* yang paling penting ialah terjaga keamannya karena setiap transaksi harus menggunakan *Personal Identification Number* (PIN) (Franedya, 2020). Hal ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah dalam penggunaan teknologi. Dengan adanya kepercayaan yang merupakan satu-satunya faktor terpenting dalam memengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan suatu teknologi, seperti dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan tujuan untuk hubungan yang baik dan konsisten adalah dengan adanya kepercayaan (Khoiriyah & Putra, 2022).

Dengan bantuan aplikasi *mobile banking* dan jaringan internet yang fleksibel dan selalu aktif, *BSI Mobile* menawarkan layanan yang dapat digunakan di mana saja (Widyaningsih et al., 2022). *BSI Mobile* memiliki fitur-fitur beragam yang antara lain cek saldo, cek daftar mutasi rekening, transfer antar Bank Syariah Indonesia (BSI) dan bank lain. Ada pula untuk pembayaran tagihan seperti: pembayaran *e-commerce*, *top-up e-Wallet* dan tarik tunai tanpa kartu (*cardless*), dan membuka rekening secara online. Bahkan dalam *BSI Mobile*, nasabah juga bisa melakukan zakat, infaq, shodaqah, dan wakaf serta mendapatkan fitur arah kiblat, masjid terdekat dan jadwal sholat. Sehingga *BSI Mobile* benar-benar memfasilitasi nasabah dari segi *financial* sosial, dan spiritual hanya dalam satu genggam (Fujiastuti, 2022).

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan *merger* dari tiga bank besar di Indonesia yaitu Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah yang mulai beroperasi pada 1 Februari 2021. Dengan adanya bank syariah kesadaran masyarakat semakin meningkat terutama untuk menghindari adanya riba. Hal ini sangat ironis mengingat jumlah umat Islam di Indonesia kurang lebih 229 juta jiwa dari total penduduk 270 juta jiwa (Ivan, 2022).

Pengabungan ini merupakan langkah yang diambil oleh Pemerintah Indonesia untuk mendukung perluasan sektor keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. *Merger* bank harus dilakukan agar terciptanya bank yang lebih sukses dan mampu memberikan umpan positif terhadap sistem perbankan yang efektif, fleksibel, dan mampu bersaing di pasar keuangan dan ekonomi global. Keinginan untuk *me-merger* bank-bank syariah milik BUMN menjadi satu dengan harapan

untuk memiliki bank syariah yang besar, kuat dan efisien. Maka dari itu, peluang tersebut dapat diyakini dalam penggabungan inilah merupakan solusi tepat untuk menambah pangsa pasar perbankan syariah seperti halnya pada persaingan layanan *mobile banking* (Mulyati, 2021).

Akan tetapi dengan bergabungnya Bank Bri Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bni Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI) yang sebagaimana membuat perbedaan atau perubahan disetiap layanan teknologi yang ada seperti, banyaknya inovasi fitur baru pada layanan aplikasi BSI *mobile* (Haya & Tambunan, 2022). Hal ini menyebabkan munculnya faktor kendala yang dirasakan nasabah antara lain: ketidakpahaman tentang teknologi, pengoperasiannya terkesan rumit dan tidak semua orang paham bagaimana cara menggunakannya sehingga akan berdampak pada kesulitan penggunaan layanan aplikasi BSI *Mobile*.

Menurut Hery Gunardi, Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, kini kehadiran bank syariah semakin dilirik dan diminati oleh masyarakat Indonesia, jumlah transaksi melalui BSI *Mobile* meningkat sekitar 97,4% setiap tahun selama periode Juli 2021, atau sekitar 46,4 juta transaksi (CNBC, 2021). Berdasarkan data yang dihimpun dan dipublikasikan di situs web Bank Syariah Indonesia per 5 Oktober 2022, jumlah pengguna aplikasi BSI *Mobile* diketahui mencapai 4,07 juta orang, dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 81% per Juni 2022. Peningkatan jumlah pengguna ini disebabkan oleh pergeseran masyarakat ke *e-channel* seperti BSI *Mobile*, ATM dan *internet banking*. Saat ini, sekitar 97% profil nasabah telah beralih menggunakan *e-channel* untuk melakukan aktivitas perbankan. Sedangkan jika dilihat jumlah populasi di Indonesia mencapai 270 juta

jiwa, dengan populasi umat muslim mencapai 229 juta jiwa atau 87% pengguna BSI *Mobile* masih belum maksimal (Bankbsi.co.id, 2022).

Dengan dilakukannya survey wawancara terhadap 3 nasabah pengguna Bank Syariah Indonesia, ternyata hanya ada 2 nasabah yang tidak mempunyai layanan aplikasi BSI *Mobile*. Dikarenakan nasabah yang lebih memilih untuk menggunakan kartu debit untuk hal bertransaksi dibandingkan dengan menggunakan aplikasi BSI *Mobile* yaitu umur 29 dan 53 tahun. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: kesulitan dalam pengoperasian, kebingungan dalam hal teknologi dan ketidakpercayaan akan suatu teknologi yang menyebabkan nasabah lebih memilih untuk melakukan transaksi keuangan melalui *teller* agar terhindar dari suatu penipuan, sehingga nasabah merasa puas. Dan terdapat nasabah yang memiliki rekening Bank Syariah Indonesia tetapi hanya digunakan untuk penerimaan gaji saja, sehingga nasabah tidak merasa perlu untuk menggunakan layanan aplikasi BSI *Mobile* tersebut.

Dari beberapa permasalahan yang dirasakan oleh nasabah Muslim di Solo Raya yang sebagaimana menjadi pengguna BSI *Mobile*, tetapi mereka masih menggunakan Bank Syariah Indonesia sebagai pilihannya dan dengan melalui BSI *Mobile* yang bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam bertransaksi keuangan. Maka dari itu, untuk meninjau apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah Muslim di Solo Raya dalam menggunakan BSI *Mobile*, jadi membutuhkan teori yang bisa mengukur penerimaan atau pemanfaatan suatu teknologi. Untuk mengukur tingkat pemanfaatan atau penerimaan teknologi informasi, model teori yang dipergunakan ialah *Technology Acceptance Model* (TAM).

Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Shomad dan Purnomosidhi, (2012) dengan hasil bahwa Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan berpengaruh positif sedangkan Persepsi Risiko dan Kepercayaan tidak berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *e-commerce*. Sedangkan hasil penelitian Khoiriyah dan Putra, (2022) memiliki hasil yang berbanding terbalik. Dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel Keamanan dan Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*. Kedua penelitian tersebut fokus meneliti pada minat penggunaan *e-commerce* dan keputusan menggunakan BSI *Mobile*.

Penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah dan Putra dengan judul Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertansaksi Melalui BSI *Mobile*, variabel ini difokuskan pada layanan BSI *Mobile* Bank Syariah Indonesia. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dan objek dalam penelitian ini nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Bekasi. Sedangkan penelitian Shomad dan Purnomosidhi (2012) dengan judul Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan *E-Commerce*, variabel penelitian ini difokuskan pada penggunaan *e-commerce*. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan *partial least square* (PLS) dan objek yang digunakan dalam penelitian ini mahasiswa S1 Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan terdapat perbedaan dalam penelitian ini. Dimana peneliti ini menggunakan tiga variabel yaitu Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, dan Kepercayaan. Kemudian teknik analisis

data menggunakan uji asumsi klasik, uji ketetapan model dengan uji f dan uji determinasi, analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dengan uji t, dan objek penelitian yang digunakan adalah nasabah muslim pengguna *BSI Mobile* di Solo Raya.

Selain itu alasan penulis memilih Bank Syariah Indonesia karena ingin mengetahui seberapa jauh pengetahuan nasabah Bank Syariah Indonesia mengenai layanan *BSI Mobile* dan seberapa banyak dari mereka yang benar-benar menggunakannya, maka penulis memilih Bank Syariah Indonesia dan melakukan penelitian di wilayah Solo Raya sebagai lokasi objek penelitian. Serta memahami tingkat kemanfaatan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan layanan *BSI Mobile* ketika nasabah bertransaksi menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mempelajari persepsi mana yang membuat seseorang dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile* dan persepsi mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile* terkait dari isu-isu tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Kemajuan teknologi informasi yang menuntut banyaknya fitur baru pada layanan aplikasi *BSI Mobile*. Sehingga membuat penggunaan layanan aplikasi *BSI Mobile* menjadi tidak mudah (Haya & Tambunan, 2022).

2. Pengguna layanan aplikasi BSI *Mobile* yang masih belum maksimal. Hal ini berdasarkan hasil survey wawancara kepada 3 nasabah Bank Syariah Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka penulis membatasi penelitian ini hanya menganalisis keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah muslim di Solo Raya dengan *Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Variabel bebas penelitian ini yaitu Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Kepercayaan (X3). Variabel terikat penelitian ini yaitu Keputusan Penggunaan (Y).

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya?
2. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut ;

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan dijadikan bahan referensi penelitian yang akan meneliti mengenai persepsi nasabah muslim dalam menggunakan *BSI Mobile*.

2. Manfaat praktis

- a. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan penelitian ini sebagai sumber informasi untuk meningkatkan hasil penelitiannya.
- b. Manfaat riset bagi mahasiswa antara lain memiliki informasi untuk dipikirkan dan dirujuk sekaligus mempelajari kesan nasabah muslim dalam menggunakan *BSI Mobile*.
- c. Manfaat penelitian bagi dosen yang mendidik menjadi bahan pertimbangan saat menyajikan informasi pandangan masyarakat terhadap penggunaan *BSI Mobile*.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini dimulai dengan pengantar yang memberikan gambaran singkat tentang suatu konteks penelitian. Selanjutnya, rumusan masalah disajikan bersama dengan beberapa pertanyaan yang akan mengarahkan penelitian, identifikasi, tujuan penelitian yang akan membantu menentukan mengapa penelitian dilakukan, dan prosedur dalam penulisan untuk membuat laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas dasar-dasar teoritis, termasuk bagaimana mereka menjelaskan variabel penelitian, kerangka pemikiran, hasil penelitian terdahulu yang relevan, perbedaan serta persamaan antara studi sebelum dan sesudahnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian kuantitatif, populasi, sampel, teknik pengumpulan sampel, data dan sumber data, variabel penelitian, teknik analisis data. Pemaparan tersebut digunakan untuk

menjawab permasalahan yang ada melalui teknik dan metode yang digunakan pada penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang bagian kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, dan saran yang dapat diberikan kepada pengguna *BSI Mobile*.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Ekonomi Islam

Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, ayat-ayat Al-Qur'an tentang ekonomi seperti ayat-ayat di bawah ini telah berperan penting dalam pembentukan teori ekonomi Islam. Al-Qur'an al-Baqarah ayat 275 dan 279 berbicara tentang jual beli dan riba. Ayat 282 yang sama berbicara tentang pencatatan transaksi muamalah. Ayat 1 Al-Qur'an al-Maidah berbicara tentang kontrak. Ayat 31 Al-Qur'an al-A'raf berbicara tentang mengatur pencarian, penyimpanan, dan pembelanjaan harta. Prinsip-prinsip Islam juga berlaku untuk urusan bisnis.

Menurut Umar Capra (2008) definisi ekonomi Islam merupakan cabang pengetahuan yang membantu dalam mensejahterakan masyarakat melalui distribusi dan alokasi sumber daya alam sesuai dengan prinsip Islam. Etika dalam Islam yang dirangkai dalam tauhid, kebebasan, keseimbangan, dan pertanggungjawaban dari setiap individu dan dalam Islam bertujuan untuk memberikan ajaran mengenai adanya tujuan dan nilai-nilai dalam kehidupan perekonomian (Arif & Amalia, 2010). Tujuan dalam suatu ekonomi Islam berdasarkan konsep dasar dalam Islam sebagai berikut:

1. Memastikan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi.
2. Memenuhi kebutuhan dasar manusia yang meliputi sandang, pangan, tempat tinggal, kesehatan serta pendidikan untuk masyarakat.

3. Mencegah terjadinya pemusatan kekayaan.
4. Setiap orang harus diberi dorongan untuk mematuhi nilai-nilai normal.

2.1.2 Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*

Menurut Davis (2013) *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan teori yang berhubungan dengan penggunaan suatu teknologi informasi yang dianggap sangat berpengaruh, dan sering digunakan untuk menjelaskan sesuatu penerimaan secara pribadi dengan tujuan menghasilkan prediksi tentang adopsi penggunaan teknologi terhadap penggunaan sistem informasi yang baru. Yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam menggunakan teori tersebut dalam penelitiannya.

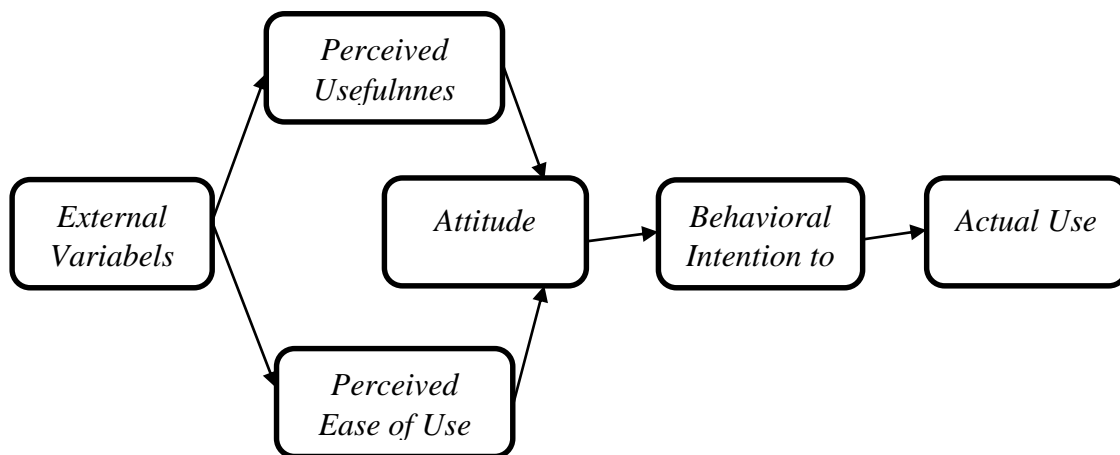
Menurut Jogiyanto (2007) Model penerimaan teknologi adalah teori yang populer di bidang TI yang berusaha menjelaskan mengapa orang-orang tertentu dengan mudah mengadopsi teknologi baru sementara yang lain tetap skeptis. Kejadian paling nyata yang terjadi ketika teknologi dirangkul adalah perluasan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam keberadaan manusia.

Model TAM hakikatnya diadopsi dari model *Theory of Reason Action (TRA)* yang dirancang untuk dijadikan model penerimaan penggunaan suatu sistem informasi. Beberapa teori keperilakuan (*behavioral theory*) banyak digunakan untuk melakukan penelitian dalam upaya mengevaluasi bagaimana kemajuan adopsi teknologi informasi untuk generasi pengguna berikutnya. Diantara lainnya adalah: *Theory Of Reason Action*, *Theory Behavioral*, dan *Technology Acceptance Model* (Hadi & Assegaff, 2022).

Utilitas yang dirasakan (PU, juga dikenal sebagai kegunaan atau kemanfaatan yang dirasakan) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (PEOU), menurut TAM, adalah dua keyakinan yang berbeda. Citra TAM adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 1

Model Technology Acceptance Model



Sumber : (Venkatesh & Davis, 1996)

TAM mengilustrasikan bagaimana sikap, tujuan pengguna, dan penggunaan sistem terkait dengan keyakinan (kegunaan dan kemudahan penggunaan). *Theory of Planned Behavior* (TPB) sering digunakan dalam penyelidikan mengenai perilaku secara umum. TPB sering digunakan sebagai variabel tambahan untuk menggambarkan perilaku atau tujuan seseorang. *Theory of Reasoned Action* (TRA) diperluas oleh *Theory of Planned Behavior* (TPB). Sementara kontrol perilaku yang dirasakan merupakan elemen utama dalam TPB, sikap terhadap perilaku dan standar subjektif merupakan faktor kunci dalam TRA.

TAM memberi dua susunan utama kedalam model TRA. Dua susunan utama yang merupakan kemanfaatan penggunaan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*). Pendapat pengguna tentang betapa bermanfaat dan nyamannya sesuatu juga berperan. Posisi seseorang sebagai pengguna teknologi dapat dianalogikan sebagai aktivitas penalaran dimana seseorang harus mempertimbangkan kemudahan dan kemanfaatan dari teknologi yang dipilih. Untuk menetapkan suatu tindakan atau kebiasaan sebagai tolak ukur generalisasi suatu teknologi (Atarwaman & Rita, 2022).

Karena variabel kedua yang dimaksud mampu menyampaikan aspek perilaku pengguna dengan memperhatikan kemudahan dan kemanfaatan penggunaan untuk dijadikan alasan bagi seseorang dalam berperilaku. Dan membuat para peneliti percaya bahwa model teori ini dapat berfungsi sebagai dasar tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana penggunaan aplikasi BSI *Mobile* terhadap keputusan nasabah (Ashsifa, 2020).

Terdapat dua faktor tujuan TAM. Pertama, model ini dapat memberikan hasil yang menyakinkan dalam memprediksi dan menjelaskan penerimaan pengguna terhadap beberapa teknologi. Kedua, dasar teori yang kuat mulai dikembangkan dalam TAM oleh karena itu, dalam pengujiannya diberbagai industri dilakukan dengan menawarkan beberapa produk yang dimiliki oleh perusahaan dengan skala pengukuran dibuat secara menarik dan operasional. Dengan memperolehnya bukti yang kuat serta penjelasannya yang kuat maka dari itu model TAM dijadikan alasan penyebab utama untuk diadopsi dalam penelitian. Untuk alasan ini, dalam penelitian ini menggunakan dua faktor utama TAM yaitu, Persepsi

Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan penggunaan dan Kepercayaan yang dirasakan (Suhartanto et al., 2020).

1. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan adalah persepsi individu tentang keyakinan terhadap kemudahan penggunaan didasarkan pada seberapa mudah pengguna dalam menemukannya dengan menggunakan dan memahami suatu teknologi tertentu. Kemudahan merupakan contoh tertentu dari penerimaan suatu proses ataupun ide seseorang yang akan menggunakannya. Jika mereka benar-benar memahami betapa sederhananya menggunakan sistem informasi. Dan tingkat kepercayaan yang dirasakan untuk mengukur seberapa mudah pengguna bisa memahami sistem teknologi tertentu dan dapat digunakan dengan nyaman. Ini mencakup tujuan penggunaan teknologi dan seberapa mudah pengguna dalam menggunakan sistem sesuai dengan preferensi seseorang (Zaki, 2022).

Dengan adanya kemudahan, pengguna dapat mengoperasikan dengan mudah. Sehingga nasabah mampu melakukannya tanpa kesulitan atau kebingungan. Maka dari itu manfaat persepsi kemudahan jelas terdapat kemudahan dan kenyamanan yang dapat dirasakan. Jika seseorang percaya bahwa layanan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka pengguna akan terdorong untuk memperoleh dan memanfaatkan teknologi yang sesuai (Syahrani, 2021).

Jika sebuah teknologi mudah digunakan, setidaknya satu orang akan menggunakan. Kemudahan penggunaan ini diukur dengan sejauh mana setidaknya beberapa pengguna memiliki kepercayaan pada fungsionalitas alat tersebut. Hal di atas dapat ditafsirkan ulang untuk menunjukkan bahwa orang yang memiliki sikap

positif terhadap teknologi lebih mungkin untuk mengadopsinya karena pengguna yakin teknologi akan membuat hidup menjadi lebih mudah dan membutuhkan lebih sedikit usaha dari pihak mereka (Samantha & Almalik, 2019).

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan yaitu sebagai berikut:

- a. Jelas dan dapat dimengerti, terlihat dari komentar responden bahwa dalam penggunaan *BSI Mobile* jelas dan mudah dipahami.
- b. Mudah dalam pengoperasiannya, seperti yang ditunjukkan oleh komentar responden bahwa menggunakan *BSI Mobile* mudah ditangani dan dikelola.
- c. Fleksibel atau mudah diatur, yaitu disesuaikan dengan variasi pengguna yang berbeda di *BSI Mobile*.
- d. Mudah dipelajari dan mudah digunakan, khususnya pendapat responden bahwa menggunakan *BSI mobile* mudah untuk dipelajari, mudah digunakan, dan lebih efektif.

2. Persepsi Kemanfaatan

Kemanfaatan (*usulfunnes*) merupakan sekelompok orang yang percaya bahwa memanfaatkan teknologi pasti akan meningkatkan kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan. Sehingga dapat berguna bagi dirinya. Terkait pada kapasitas suatu sistem teknologi bagi penggunanya yang berkaitan dengan produktivitas pengguna, kinerja tugas dan kegunaan tugas secara menyeluruh (Samantha & Almalik 2019).

Dapat disimpulkan bahwa penerimaan seseorang terhadap prosedur untuk mengungkapkan pendapatnya atau berpartisipasi dalam pengambilan keputusan merupakan ukuran manfaat yang dirasakan. Seseorang individu akan memanfaatkan sistem dengan tepat jika pengguna mengenali nilainya. Pengguna tidak akan menggunakan sebuah sistem jika mereka tidak menganggapnya berharga seperti yang dipikirkan.

Menurut Davis (1989) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerja suatu pekerjaannya. Sehingga memberikan manfaat pada penggunanya. Maka dari itu, kemanfaatan didefinisikan sejauh mana penggunaan BSI *Mobile* dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya serta apa yang dapat dirasakan nasabah dalam menggunakan suatu sistem teknologi pada BSI *Mobile* tersebut.

Persepsi kemanfaatan mengacu pada seberapa banyak penggunanya sehingga dapat membentuk kepercayaan seseorang dalam meningkatkan kinerja penggunaan dan diyakini akan memberikan keuntungan kepada orang yang menggunakan teknologi tersebut terutama dalam penggunaan BSI *Mobile*. Beberapa indikator persepsi kemanfaatan menurut Davis (1989) adalah sebagai berikut :

- a. Bekerja lebih cepat (*Improve Job performance*), pemanfaatan sistem teknologi tertentu akan meningkatkan performa kerja.
- b. Meningkatkan Efektivitas (*Enhance effectiveness*), bahwa menggunakan BSI *Mobile* meningkatkan efektivitas penggunaannya dalam bekerja.

- c. Memudahkan pekerjaan (*Job easier*), bahwa menggunakan BSI *Mobile* membuat pekerjaan pengguna dalam hal transaksi menjadi lebih mudah.
- d. Bermanfaat (*Usefull*), bahwa pengguna yang menggunakan BSI *mobile* sangat merasakan manfaat yang menyeluruh dalam penggunaannya.

3. Kepercayaan

Kepercayaan dalam konteks *internet banking* merupakan suatu kesiapan untuk melakukan transaksi keuangan baik secara *offline* maupun *online*, dengan harapan agar bank bisa menjunjung tinggi komitmen. Disamping itu, terdapat kemampuan nasabah untuk mengelola atau mengontrol transaksi keuangan secara *online*. Dalam industri perbankan sangat mengedepankan kepercayaan. Agar sistem perbankan tersebut bisa bertujuan dengan baik dan bisa diterima dengan baik oleh nasabah. Terutama dengan cara memperketat suatu sistem keamanan (*security*) dan kerahasiaan nasabah (*privacy*) yang terjadi dilingkungan sekitar (Fadillah et al., 2022).

Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi (2014) kepercayaan didefinisikan sebagai evaluasi hubungan dengan orang-orang yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan atau tidak sesuai dengan ketidakpastian. Kepercayaan (*trust*) menjadi keyakinan yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi aplikasi dengan nyaman dan percaya diri. Maka dari itu, dalam menggunakan suatu teknologi seseorang dapat mempercayai dan memahami kepada pihak yang terkait atas segala jenis transaksi yang dilakukan melalui

aplikasi yang ada dalam teknologi sehingga dapat dipercaya (Rintasari & Farida, 2020).

Kepercayaan salah satu komponen penting untuk membangun hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan konsumen maka membutuhkan tingkat kepercayaan yang tinggi. Kepercayaan ialah tindakan kognitif, sesuai dengan keyakinan atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau seseorang akan berperilaku dengan cara tertentu, misalnya masalah perasaan seperti masalah emosi, atau misalnya masalah pilihan atau keinginan (Fatikah & Al-banna, 2022).

Salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam penggunaan teknologi seperti halnya pada BSI *Mobile* adalah dengan memberikan kepercayaan saat menggunakan teknologi tersebut. Bahwa dalam penggunaan BSI *Mobile* itu sederhana, aman, dan tidak merugikan. Sedangkan untuk layanan BSI *Mobile*, setiap bank harus memastikan dan mengharapkan bahwa setiap nasabah bisa lebih memahami dan pengguna akan menggunakan layanan tersebut (Joni et al., 2022). Kepercayaan pelanggan merupakan faktor penting yang mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi *online*.

Adapun beberapa indikator kepercayaan menurut Fian & Yuniati (2016) sebagai berikut:

- a. Ketergantungan, yaitu kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan.
- b. Kesenangan dan keamanan pengguna dipastikan dengan kapabilitas, yaitu kompetensi atau fitur aplikasi BSI *Mobile*.

- c. Kemampuan bank untuk mengatasi kesulitan nasabahnya menunjukkan tingkat empati yang tinggi.
- d. Integritas, khususnya dedikasi *BSI Mobile* terhadap ketergantungan dan kemanfaatan yang dirasakan.

2.1.3 Keputusan Penggunaan

Menurut Peter & Olson (1999) mendeskripsikan pengambilan keputusan sebagai proses integrasi yang melibatkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih jawaban dan memilih yang terbaik. Dalam kedudukan produk jasa yang dihasilkan untuk pelanggan dengan mengetahui keputusan penggunaan, dengan cara menggunakan layanan yang disediakan oleh pihak perusahaan atau organisasi yang menyediakan produk akan jasa yang dipromosikan kepada pelanggan atau konsumen.

Menurut Kabir (2013) konsumen membuat keputusan apakah akan menggunakan suatu jasa atau tidak setelah menimbang sejumlah elemen fisik, emosional, praktis, interpersonal, dan struktural. Pilihan menyajikan tantangan yang unik, yang ditangani oleh konteks masalah, dan darimana kesimpulan dapat dibentuk. Hasil ini akan digunakan untuk menginformasikan keputusan kesiapan pelanggan di masa mendatang tentang *BSI Mobile*.

Menurut Kotler (2009) konsumen akan melalui tahapan pencarian informasi sebelum mengambil suatu keputusan. Kepuasan pelanggan yang meningkat kemungkinan bahwa konsumen baru akan dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk akan jasa jika sumber informasi yang didapat jelas

dan mudah dipahami. Sehingga pengguna merasa puas dan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan maka, akan mudah untuk direkomendasikan kepada orang lain.

Fase pengambilan keputusan konsumen, seperti kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan pemilihan tindakan perlu pertimbangan yang cermat. Pendapat responden, keputusan nasabah adalah pilihan yang dirasakan dan diinginkan nasabah, diberikan sehubungan dengan aktivitas pengambilan keputusan yang disetujui nasabah untuk menggunakan *BSI Mobile* (Sumarsono et al., 2020).

Adapun beberapa indikator yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu:

- a. Pencarian informasi.
- b. Pengenalan masalah.
- c. Keputusan menggunakan.
- d. Perilaku pasca pengambilan keputusan.

2.1.4 *Mobile Banking*

Mobile banking adalah jenis layanan perbankan yang dapat diakses dengan cepat dan mudah melalui ponsel atau *smartphone* dengan menggunakan kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) Card atau dengan terhubung ke internet. Sebab jaringan internet merupakan faktor utama untuk menjalankan aplikasi *mobile banking*. Perbankan memberikan fasilitas kepada nasabah yaitu dengan adanya *mobile banking*, dalam *mobile banking* sendiri memberikan kemudahan kepada

pengguna dengan fasilitas tanpa adanya penghalang waktu dan jarak (Azizah et al., 2020). Di Indonesia, hampir semua bank menawarkan fasilitas layanan *M-banking* dalam bentuk SIMtolkit (menu layanan data) dan smsplain (SMS manual), disebut juga dengan SMS *banking*.

Dengan menggunakan ponsel cerdas yang terhubung dengan internet atau jaringan data seluler, pelanggan dapat mengakses akunnya kapan pun mereka mau, dari mana pun mereka berada. Hal ini menjadikan *mobile banking* sebagai inovasi baru yang menjanjikan. Karena risiko *finansial* bagi konsumen dan kemungkinan infiltrasi atau tindakan ilegal lainnya yang melekat pada *mobile banking*, sistem memerlukan tingkat keamanan yang sangat tinggi (Mundir et al., 2022).

Dengan adanya layanan *mobile banking* nasabah bisa menggunakannya dengan mudah, layanan yang digunakan untuk *transfer*, tarik tunai pembayaran, cek saldo, dan transaksi lainnya dapat dilakukan tanpa perlu antre panjang di bank atau ATM. Sehingga pengguna dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya dan mendapatkan keuntungan tanpa batas ruang dan waktu. Sementara itu nasabah juga dapat menggunakan uang *elektronik (e-money)*, kartu ATM, maupun kartu kredit (Sumarsono et al., 2020). Manfaat dalam menggunakan *mobile banking* antara lain sebagai berikut:

- a. Memudahkan transaksi seperti penggunaan ATM.
- b. Meningkatkan pengetahuan individu.
- c. Kenyamanan dalam bertransaksi.
- d. Mempercepat waktu penggunaan.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Pembahasan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, yaitu:

Tabel 2. 1

Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Dirwan, (2022), Keputusan Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan.	Variabel X: Persepsi Kemudahan, Manfaat Variabel Y: Keputusan Nasabah	Variabel X: Kenyamanan Perbedaan populasi yaitu pada nasabah bank mandiri di wilayah kota	Variabel Persepsi kemudahan, Manfaat, dan Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .
2.	Khoiriyah dan Putra, (2022), Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI <i>Mobile</i>	Variabel X: Kepercayaan, Kemudahan Variabel Y: Pengambilan Keputusan pada nasabah BSI Persamaan populasi nasabah BSI	Variabel X: Keamanan, Minat	Variabel Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, dan Minat tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan bertransaksi melalui BSI <i>Mobile</i> .
3.	Hakeem & Ratnasar (2021), Pengaruh <i>Perceived Ease Of Use</i> Pada	Variabel X: <i>Perceived Ease of Use, Trust</i>	Variabel Y: <i>Behavioral Intention</i> Perbedaan populasi yaitu	Variabel Kemudahan penggunaan, dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap

	Aplikasi <i>M-Banking</i> Bank Umum Syariah Dengan <i>Trust</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i> .		nasabah Bank Umum Syariah	<i>Behavioral intention</i> .
4.	Joni, Rahmah Yulianti (2022), Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh).	Variabel X: Kepercayaan, Kemudahan Persamaan populasi yaitu nasabah BSI	Variabel X: Persepsi Risiko Variabel Y: Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Perbedaan populasi yaitu wilayah kota Aceh	Variabel Persepsi risiko, Kepercayaan, Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>Mobile Banking</i> .
5.	Wicaksono et al., (2021), Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Penggunaan <i>M-Banking</i> Mandiri di Jakarta Selatan.	Variabel X: Kepercayaan Variabel Y: Keputusan Penggunaan	Variabel X: Kualitas Layanan Perbedaan populasi yaitu nasabah Bank Mandiri wilayah kota Jakarta Selatan	Variabel Kepercayaan, Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan penggunaan.
6.	Mufarih et al., (2020), <i>Factors Influencing Customers to Use Digital Banking</i>	Variabel X: <i>Perceived Trust, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness</i>	Variabel X: Sosial Image, <i>Perceived Risk</i> Variabel Y:	Hasil dari penelitian ini menggambarkan bahwa variabel persepsi kepercayaan dan persepsi risiko

	<i>Application in Yogyakarta, Indonesia</i>		<i>User Attitude and User Intention</i> Perbedaan populasi yaitu nasabah bank BRI wilayah kota	mempengaruhi sikap pengguna dan niat pengguna untuk menggunakan digital banking. Sementara itu, variabel citra sosial, persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat tidak signifikan dalam mempengaruhi sikap pengguna dan niat pengguna untuk menggunakan digital banking.
8.	<i>Junnonyang, (2021), Integrating TAM, Perceived Risk, Trust, Relative Advantage, Government Support, Sosial Influence and User Satisfaction as Predictors of Mobile Government Adoption</i>	Variabel X: <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, Trust</i>	Variabel X: <i>Self- Efficacy, Relative Advantage, Perceived Risk, Government Support, Information Quality, Social Influence</i> Variabel Y: <i>User Satisfaction, Intention to Use Mobile Government</i> Perbedaan populasi yaitu	Persepsi kemudahan penggunaan, Kepercayaan, Efikasi diri, Keuntungan relatif, Dukungan variabel pemerintah, Kualitas informasi, dan Pengaruh sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan <i>Mobile Government</i> . Sedangkan Variabel Persepsi

			wilayah negara	Risiko memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap niat menggunakan <i>Mobile Government</i>
9.	Sarmah et al., (2020), <i>Understanding Intentions and Actual Use of Mobile Wallets By Millenial: an Eextended TAM Model Perspective</i>	Variabel X: <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust</i>	Variabel Y: <i>Behavioral Intentions</i> Perbedaan populasi yaitu generasi milenial	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Persepsi kemanfaatan penggunaan, Persepsi kemudahan penggunaan, dan Kepercayaan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan niat perilaku
10.	Tiwari et al., (2021), <i>Examining The Impact of Customers' Awareness, Risk and Trust in M-Banking Adoption</i>	Variabel X: <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Trust</i>	Variabel X: <i>Customers' Awareness, Perceived Risk</i> Variabel Y: <i>Behavioral Intention</i> Perbedaan populasi yaitu wilayah negara	Dapat kesimpulan bahwa variabel Persepsi kemanfaatan, Persepsi kemudahan penggunaan, Kesadaran pelanggan, Persepsi risiko, dan Kepercayaan memiliki hubungan sebab akibat yang signifikan dengan niat perilaku dalam mengadopsi

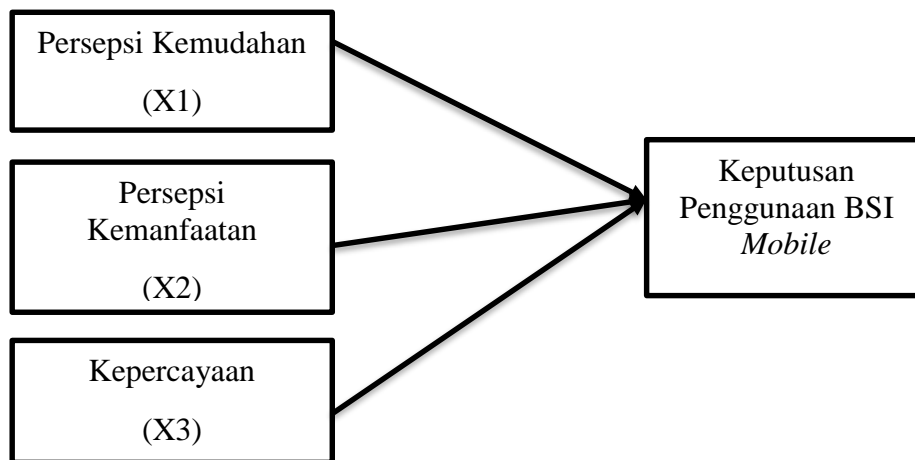
				layanan m-banking di India.
11.	Ramezaninia et al., (2022), <i>Significant Factors Affecting M-Banking Adoption Case Study: Higher Education Institutions in Tehran</i>	Variabel X: <i>Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness</i>	Variabel X: <i>Prior Experience, Perceived Trust, Sosial Influence, Perceived Security</i> Variabel Y: <i>Mobile Banking</i> Perbedaan populasi yaitu wilayah negara	Variabel <i>Prior Experience, Perceived Trust, Perceived Usefulness, Sosial Influence, dan Perceived Security</i> memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap adopsi <i>mobile banking</i> Sedangkan pada variabel <i>Perceived Ease of Use</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap adopsi <i>mobile banking</i>
12.	Mutahar et al., (2022), <i>The Moderating Role of Perceived Risk in The Technology Acceptance Model (TAM): The Context of Mobile Banking in Developing Countries</i>	Variabel X: <i>Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use</i>	Variabel Moderating: <i>Perceived Risk</i> Variabel Y: <i>Intention</i> Perbedaan populasi yaitu wilayah negara	Dapat disimpulkan bahwa variabel <i>Perceived Ease of Use</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Perceived Usefulness</i> , sehingga PEOU dan PU memberikan efek positif pada niat perilaku dalam penggunaan <i>mobile banking</i> . Sedangkan pada variabel

				<i>Perceived Risk</i> tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan antara PEOU dan PU terhadap niat.
--	--	--	--	---

2.3 Kerangka Berpikir

Berdasarkan studi peneliti terdahulu serta kajian teori, maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka berpikir



Sumber : Diadopsi dari Joni et al., (2022), Wicaksono et al., (2021), Azizah et al., (2020)

2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah kebenaran sementara ataupun dugaan sementara dari suatu permasalahan yang sedang diteliti yang perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang diberikan berdasarkan tentang fakta-fakta yang bersifat relevan

diperoleh dari penelitian terdahulu sebagai pengumpulan data (Wicaksono et al., 2021).

Hipotesis dari permasalahan yang dikemukakan oleh peneliti dalam suatu rumusan masalah berikut:

1. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2020) memperoleh hasil menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Artinya keputusan individu dipengaruhi oleh kemudahan. Dengan adanya kemudahan dapat menarik nasabah dalam menggunakannya.

H₁: Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

2. Persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dirwan, 2022) memperoleh hasil bahwa kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*. Berarti keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh kemanfaatan.

H₂: Persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

3. Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono et al., (2021) memperoleh hasil bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Berarti keputusan penggunaan dipengaruhi oleh adanya kepercayaan. Dengan adanya kepercayaan dapat menarik nasabah untuk menggunakannya.

H₃: Kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Waktu penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu diperkirakan antara September 2022 hingga selesai penelitian. Tempat penelitian ini dilakukan di wilayah Solo Raya, dimana nasabah Muslim telah menggunakan layanan aplikasi BSI *Mobile*. Wilayah Solo Raya mencakup: Surakarta, Sukoharjo, Wonogiri, Karanganyar, Sragen, Klaten, dan Boyolali.

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui secara luas yang sedang diteliti. Hasil dari penelitian kuantitatif ini secara umum dan menyeluruh diwilayah sesuai dengan sasaran peneliti (Ghozali, 2013).

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau kejadian yang memiliki ciri dan atribut yang telah dipilih oleh peneliti untuk diteliti. Karena ketidakmungkinan memperkirakan jumlah pengguna BSI *Mobile* di Solo Raya, populasi sampel penelitian ini tidak dapat dipastikan (Sugiyono, 2017).

3.3.2 Sampel

Menurut Ferdinand (2006) sampel adalah komponen populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi yang berbeda. Dalam praktiknya, lebih baik

memilih sampel dari seluruh populasi. Ukuran sampel dipengaruhi oleh beberapa faktor yang meliputi tujuan dari penelitian.

Penentuan jumlah sampel menurut Ferdinand (2006) dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \text{jumlah indikator} \times (5 \text{ sampai } 10) \\ &= 16 \times 7 \\ &= 114 \text{ sampel.}\end{aligned}$$

Sebuah sampel penelitian dari 115 responden berasal dari perhitungan ini. Karena jumlah pengguna BSI *Mobile* bervariasi dan populasi keseluruhan tidak diketahui, peneliti menggunakan perhitungan ini.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu dengan teknik menentukan sampel dengan pertimbangan berbagai ketentuan. Metode ini menggunakan responden sebagai sampel dengan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu (Siregar, 2013). Penelitian ini dilakukan pada nasabah dengan berdasarkan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Nasabah Muslim yang berdomisili di Solo Raya.
2. Pernah melakukan transaksi menggunakan BSI *Mobile*.
3. Usia minimal 17 tahun.

Teknik pengambilan sampel ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui pengisian *google form*.

3.4 Data dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari peneliti melalui sumber pertama pada tempat penelitian ataupun objek penelitian itu sendiri (Siregar, 2013). Data primer pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner tanggapan responden. Sehingga peneliti dapat mengetahui seberapa banyak responden yang tahu tentang penelitian ini.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan ataupun data yang diperoleh dari buku-buku literature (Siregar, 2013). Metode pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku yang sudah ada berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti. Maka dari itu, data sekunder diperoleh dari *website* maupun jurnal tentang penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner (angket) dikirim ke responden untuk mengumpulkan informasi. Menyebarkan kuesioner kepada orang-orang dengan harapan responden akan mengisinya adalah contoh metode kuesioner (kuesioner) yang digunakan untuk mengumpulkan data. Pertanyaan tentang subjek penelitian dimasukkan dalam survei yang dikirim ke responden. Untuk kenyamanan responden, peneliti telah

menyertakan instruksi pengisian pada setiap kuesioner yang telah di kirimkan (Siregar, 2013). Kuesioner terdiri dari dua bagian yaitu :

1. Pertanyaan pada bagian yang pertama berkaitan dengan informasi pribadi responden yang kerahasiaannya terjamin.
2. Sejumlah indikator yang dimasukkan pada bagian kedua dan diuji terhadap faktor-faktor penelitian dengan menggunakan skala Likert.

Model skala *likert* merupakan suatu skala yang digunakan untuk mengetahui penilaian sikap seseorang terhadap sesuatu hal dengan memberikan persetujuannya dan ketidaksetujuan yang berhubungan dengan objek yang akan diteliti. Pengukuran data dalam hal ini mencakup 5 pilihan yang terdiri dari (Sugiyono, 2017) :

- 1) Sangat Setuju (SS) bernilai 5,
- 2) Setuju (S) bernilai 4,
- 3) Kurang Setuju (KS) bernilai 3,
- 4) Tidak Setuju (TS) bernilai 2, dan
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1.

3.6 Variabel- Variabel Penelitian

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mana menjadi salah satu sebab mempengaruhi variabel lain (variabel dependent) (Siregar, 2013). Variabel independent atau variabel bebas pada penelitian ini adalah Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kemanfaatan (X2), Kepercayaan (X3).

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas) (Siregar, 2013). Variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini adalah Keputusan Penggunaan (Y).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Persepsi Kemudahan (X1)	Persepsi kemudahan merupakan tolak ukur seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi itu mudah, sehingga akan mempermudah pekerjaan dan menghemat energi seseorang (Venkatesh & Davis, 1996).	<ul style="list-style-type: none"> - Jelas dan mudah untuk dimengerti. - Mudah dalam pengoperasiannya. - Fleksibel atau mudah diatur. - Mudah dipelajari dan mudah untuk digunakan (Venkatesh & Davis, 1996).
2.	Persepsi Kemanfaatan (X2)	Kemanfaatan (<i>usulfunnes</i>) merupakan sekelompok orang yang percaya bahwa memanfaatkan teknologi pasti akan meningkatkan kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan mereka (Samantha & Almalik, 2019).	<ul style="list-style-type: none"> - Bekerja lebih cepat. - Meningkatkan Efektivitas. - Memudahkan pekerjaan. - Bermanfaat (Davis, 1989).
3.	Kepercayaan (X3)	Kepercayaan (<i>trust</i>) sebagai keyakinan yang memungkinkan seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi dengan nyaman dan percaya diri (Rintasari & Farida, 2020).	<ul style="list-style-type: none"> - Ketergantungan. - Keamanan. - Kemampuan. - Integritas (Fian & Yuniati, 2016).

4.	Keputusan penggunaan BSI <i>Mobile</i> (Y)	Keputusan penggunaan adalah suatu keputusan yang diambil nasabah dalam memilih apakah menggunakan layanan dengan melalui berbagai pertimbangan (Kabir, 2013).	<ul style="list-style-type: none"> - Pencarian informasi. - Pengenalan masalah. - Keputusan menggunakan. - Perilaku pasca pengambilan keputusan (Azizah et al., 2020).
----	--	---	--

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Instrumen Penelitian

Dalam Uji Instrumen bertujuan untuk memperoleh dan mengolah dari para responden yang telah dilakukan dengan menggunakan ukuran yang sama. Untuk menentukan uji instrumen ini maka peneliti harus melakukan uji validitas dan uji reliabilitas (Siregar, 2013).

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Dengan ketepatan suatu objek yang sedang diteliti berdasarkan data penelitian. Suatu pertanyaan dikatakan valid apabila bernilai signifikan <0.05 . Hasil dari keputusan uji validitas ini harus dengan syarat :

Jika : r_{hitung} positif dan $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid (Siregar, 2013).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas membandingkan temuan dari dua atau lebih ukuran independen dari tanda atau gejala yang sama. SPSS versi 20 digunakan untuk mengumpulkan data untuk analisis. Metode alpha cronbach (α)

digunakan untuk analisis ini. Agar suatu variabel dianggap dapat dipercaya, harus memberikan nilai (α) $>0,60$ (Siregar, 2013).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji asumsi klasik merupakan suatu uji yang digunakan untuk menguji uji normalitas dengan kriteria dengan nilai <0.05 . Hasil yang signifikan yang dimaksud adalah data tersebut berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya. Uji statistik yang digunakan untuk mengetahui normalitas adalah uji normalitas kolmogorof-Smirnov, uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat *Asymp.Sig.(2-tailed)* (Ghozali, 2013).

2. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dirancang untuk memberi tahu apakah varian yang terlihat dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya diperhitungkan oleh model regresi. Disebut homoskedastisitas ketika masih ada varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya, ini dikenal heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas tidak hadir dalam model regresi yang layak. Penelitian ini menggunakan uji glejser untuk pengujiannya (Ghozali, 2013).

3. Uji Multikolinearitas

Suatu uji yang digunakan untuk menguji apakah jika ada hubungan bebas, maka ada masalah dengan uji tertentu yang memiliki fungsi untuk menentukan apakah ada atau tidak ada variabel bebas. Jika tidak ada korelasi antar variabel bebas, maka regresi sudah sesuai. VIF (*Variance Inflation Factor*) dasar pengambilan keputusan dilihat melalui nilai *tolerancei* $> 0,1$

maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dan sebaliknya jika $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2013).

3.8.3 Uji Ketetapan Model

1. Uji F

Uji F digunakan sebagai menguji pada kesempatan model pada regresi linier berganda. Uji F menguji variabel X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap variabel Y . Sebagai kriteria untuk menguji uji f ini adalah dengan cara membandingkan signifikansi nilai F ($=0,05$) atau ketentuannya $<0,05$ maka, nilai dikatakan simultan berpengaruh signifikan yaitu $F > 0,05$. Dengan demikian jika tidak berpengaruh signifikan maka $0,000 < 0,005$ (Sugiyono, 2017).

2. Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk memahami bagaimana berbagai model dapat mengubah variabel dependen. Koefisien determinasi sendiri memiliki rentang antara 0 dan 1. Jika *adjusted R²* berada di bawah 1, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas memiliki hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel terikat. Ketika *adjusted R²* rendah, kemampuan variabel independen untuk menjelaskan kemampuan variabel dependen terbatas (Ghozali, 2013).

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Uji t ini dilakukan untuk menguji sebuah hipotesis. Kriteria pengujian yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima (Ghozali, 2013). Selain itu dengan membandingkan t hitung dengan r tabel menggunakan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak dan diterima.
- b. Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.8.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang bertujuan untuk mempengaruhi dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Mengetahui variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Digunakan untuk menyelesaikan masalah analisis regresi dengan lebih dari satu variabel (Ghozali, 2013). Model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

Y = Keputusan penggunaan BSI *Mobile*

A = Konstanta

b_1 - b_3 = Koefisien regresi

- x₁ = Persepsi kemudahan
- x₂ = Persepsi kemanfaatan
- x₃ = Kepercayaan
- e* = *eror*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah nasabah Muslim pengguna BSI *Mobile* pada Bank Syariah Indonesia di Solo Raya. Karakteristik responden ini terdiri dari jenis kelamin, usia, alamat domisili, pekerjaan, pendapatan, dan banyaknya transaksi. Berikut ini adalah tabel hasil dari karakter responden :

4.1.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	87	75%
2	Perempuan	28	25%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan penelitian diatas dapat diketahui bahwa responden yang ikut berpartisipasi pada penelitian ini yakni responden berjenis laki-laki berjumlah 87, responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 28. Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden laki-laki.

4.1.2 Jumlah Responden Berdasarkan Daerah Asal

Tabel 4.2: Responden Berdasarkan Daerah Asal

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Surakarta	13	12%
2	Karanganyar	17	15%
3	Sragen	13	12%
4	Wonogiri	10	8%
5	Sukoharjo	10	8%
6	Klaten	13	12%
7	Boyolali	37	33%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden yang berasal dari Solo Raya. Responden dari Kabupaten Klaten sebanyak 17 dengan presentase 15%. Sedangkan responden yang berasal dari Kabupaten Boyolali sebanyak 37 dengan presentase 33%. Terdapat hasil yang setara sebanyak masing-masing 13 responden dengan presentase 12% pada Kabupaten Surakarta, Sragen, dan Klaten. Lalu terdapat hasil yang setara sebanyak 10 responden dengan presentase 8% pada Kabupaten Wonogiri dan Sukoharjo.

4.1.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3: Responden Berdasarkan Usia

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	20-28 Tahun	76	66%
2	29-37 Tahun	30	26%
3	38-46 Tahun	7	6%
4	47-55 Tahun	2	2%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi pada penelitian ini dibedakan menjadi 4 kategori yaitu 20-28 tahun, 29-37 tahun, 38-46 tahun, dan 47-55 tahun. Dari hasil analisis diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah usia 20-28 tahun sejumlah 76 responden atau setara dengan 66%.

4.1.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4: Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	Pelajar/Mahasiswa	22	20%
2	PNS	4	4%
3	Wiraswasta	25	21%
4	Pegawai/ Karyawan Swasta	58	51%
5	Ibu Rumah Tangga	3	2%
6	Lain-lain	3	2%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel diatas hasil responden menunjukkan berbagai macam pekerjaan antara lain responden yang berprofesi sebagai mahasiswa/pelajar adalah sebanyak 22 orang atau sebesar 20%, PNS 4 orang atau sebesar 4%, wiraswasta sebanyak 25 orang atau sebesar 21%, pegawai/karyawan swasta sebanyak 58 atau sebesar 51%, ibu rumah tangga sebanyak 3 atau sebesar 2% dan lain-lain masing-masing sebanyak 3 atau sebesar 2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden keputusan penggunaan BSI *Mobile* didominasi oleh profesi pegawai/karyawan swasta yaitu sebesar 51%.

4.1.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5 :Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	<Rp. 1.500.000	22	20%
2	Rp. 1.500.000- 2.000.000	10	8%
3	Rp. 2.000.000- 2.500.000	38	33%
4	Rp. 2.500.000- 3.000.000	25	21%
5	>Rp. 3.000.000	20	18%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan responden yang memiliki penghasilan kurang dari Rp. 1.500.000,- sebanyak 22 orang, pendapatan Rp. 1.500.000,- sampai Rp. 2.000.000,- sebanyak 10 orang, pendapatan Rp. 2.000.000,- sampai Rp. 2.500.000,- sebanyak 38 orang, pendapatan Rp. 2.500.000,- sampai Rp. 3.000.000,- sebanyak 25 orang dan penghasilan lebih dari Rp. 3.000.000,- sebanyak 20 orang. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa

penghasilan responden terbanyak pada penelitian ini yakni 38 orang dengan penghasilan sebesar Rp. 2.000.000,- sampai Rp. 2.500.000,-.

4.1.6 Jumlah Responden Berdasarkan Banyak Tansaksi

Tabel 4.6: Responden Berdasarkan Banyak Transaksi

No.	Kategori	Jumlah	Presentase
1	1 Kali	21	19%
2	2-4 Kali	76	36%
3	>5 Kali	18	15%
	Jumlah	115	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah sebanyak 21 responden telah menggunakan BSI *Mobile* hanya 1 kali, selanjutnya sebanyak 76 responden telah menggunakan BSI *Mobile* hanya 2-4 kali dan responden 18 responden telah menggunakan BSI *Mobile* hanya > 5 kali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menggunakan BSI *Mobile* sebanyak 2-4 kali dalam sebulan sebanyak 76 responden.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pada uji ini dikatakan valid apabila r hitung $>$ r table. Hal ini menggunakan pengujian r tabel dengan signifikasi 0,05 dengan rumus data $df=n-2$ dengan sig 5%. Pada penelitian ini terdapat 115 responden, sehingga df yang

dicari ialah 113 derajat kebebasan ($df=n-2$) yaitu didapatkan r table sebesar 0,1832.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X1)	X1.1	0,668	0,1832	Valid
	X1.2	0,650	0,1832	Valid
	X1.3	0,738	0,1832	Valid
	X1.4	0,683	0,1832	Valid
Persepsi Kemanfaatan (X2)	X2.1	0,626	0,1832	Valid
	X2.2	0,674	0,1832	Valid
	X2.3	0,797	0,1832	Valid
	X2.4	0,606	0,1832	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,574	0,1832	Valid
	X3.2	0,657	0,1832	Valid
	X3.3	0,745	0,1832	Valid
	X3.4	0,735	0,1832	Valid
Keputusan Penggunaan (Y)	Y.1	0,688	0,1832	Valid
	Y.2	0,659	0,1832	Valid
	Y.3	0,632	0,1832	Valid
	Y.4	0,753	0,1832	Valid

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai r_{tabel} sebesar 0,1832 dan semua variabel menunjukkan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, artinya bahwa keseluruhan variabel dikatakan valid. Hal ini membuktikan bahwa keseluruhan item pertanyaan dapat diukur dengan variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan dan keputusan penggunaan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan peneliti telah konsisten atau tidak. Jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut stabil, konsisten, dan teratur maka kuesioner dikatakan reliabel atau bisa diandalkan. Jika Nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$ maka item dapat dikatakan reliabel atau konsisten (Ghozali, 2013).

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Sumber Reliabel	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,623	0,60	Reliabel
Persepsi Kemanfaatan	0,606	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,609	0,60	Reliabel
Keputusan Penggunaan	0,620	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Hasil uji reabilitas di atas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas yang menunjukkan angka *Cronbach Alpha* $>0,60$. Apabila hasil tersebut $>0,60$ maka artinya variabel tersebut dikatakan reliabel.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk menguji model regresi masing-masing variabel berkontribusi normal atau begitu juga sebaliknya. Uji statistik yang digunakan untuk mengetahui normalitas adalah uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Z*, uji normalitas ini dilakukan dengan melihat *Asymp.Sig (2-tailed)*. Data bisa dikatakan berdistribusi normal jika

nila *Asymp.Sig (2-tailed)* >0.05 (Ghozali, 2013). Berikut merupakan hasil perhitungan uji normalitas dalam penelitian ini adalah

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,124	Data normal

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Dapat dilihat tabel diatas menunjukkan bahwa nilai dari uji normalitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,124. Nilai tersebut menunjukkan $> 0,05$, sehingga dapat dikatakan bahwa data dalam model regresi ini telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan apakah didalam model regresi terbukti adanya ketidaksamaan varian antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Model yang baik dalam uji ini adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Tabel 4.10

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,156	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Persepsi Kemanfaatan	0,923	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,942	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Berdasarkan uji heteroskedastisitas dengan uji glejser pada tabel diatas menunjukkan bahwa didalam model regresi tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi > 0.05 . Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan penggunaan berdasarkan masukan persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan.

2. Uji Multikolinearitas

Suatu uji yang digunakan untuk menguji apakah jika dalam variabel bebas terdapat korelasi. Jika tidak ada korelasi antar variabel bebas, maka regresi sudah sesuai. VIF (*Variance Inflation Factor*) dasar pengambilan keputusan dilihat melalui nilai *tolerance* $> 0,1$ maka tidak terjadi gejala multikolinearitas dan sebaliknya jika $VIF > 10$ maka dikatakan terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen (Ghozali, 2013).

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,668	1,497	Tidak terjadi multikolinearitas
Persepsi Kemanfaatan	0,662	1,608	Tidak terjadi multikolinearitas
Kepercayaan	0,723	1,383	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Berdasarkan tabel diatas, merupakan hasil dari uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa pada persepsi kemudahan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,668 dan VIF 1,497, persepsi kemanfaatan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,662 dan VIF 1,608, Kepercayaan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,723 dan VIF 1,383. Seluruh variabel independen tersebut menunjukkan bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian tidak terdapat gejala multikolinearitas sehingga dapat dikatakan memenuhi syarat untuk analisis regresi.

4.2.3 Hasil Uji Ketepatan Model

1. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*)

Pada uji determinan ini untuk mengetahui sejauh mana ketepatan model dapat menerangkan variabel dependen. Nilai pada uji determinan ini yaitu satu dan nol. Apabila nilai R^2 menunjukkan angka yang kecil maka, kemampuan pada suatu variabel tersebut terbatas. Apabila semakin besar angka yang dihasilkan maka semakin baik yang menunjukkan kemampuan pada variabel tersebut (Ghozali, 2013).

Tabel 4.12

Hasil Uji Determinan *Adjusted R²*

Model	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,313

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil *Adjusted R²* adalah 0,313 hal ini dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independent dan dependent

yaitu persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, kepercayaan, dan keputusan penggunaan secara simultan sebesar 31,3%. Sedangkan sisanya sebesar 68,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

2. Uji F

Uji F diperlukan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dengan ketentuan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi (α) $< 0,05$ maka H_0 ditolak menyatakan bahwa secara simultan semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.13

Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	18.320	0,000 ^b

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Berdasarkan pada tabel output diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan nilai $18,320 > 2,69$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile*.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t

Tabel 4.14

Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
Persepsi Kemudahan	0,508	0,612	Tidak Signifikan
Persepsi Kemanfaatan	3.468	0,001	Signifikan
Kepercayaan	3.192	0,002	Signifikan

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Dari tabel diatas dapat diketahui hasil Uji t yaitu diperoleh hasil t tabel yaitu $t(\alpha/2; n-k-1) t(0,025;111) = 1,981$.

1) Variabel Persepsi Kemudahan

H_1 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Hasil analisis variabel persepsi kemudahan pada tabel t memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,508 dan nilai t_{tabel} pada signifikansi 5% adalah 1,981. Nilai signifikansi sebesar $0.612 > 0,05$, maka H_1 ditolak. Sehingga variabel persepsi kemudahan tidak terdapat pengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*.

2) Variabel Persepsi Kemanfaatan

H_2 : Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Hasil analisis variabel persepsi kemanfaatan pada tabel t diketahui t_{hitung} sebesar 3,468 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat signifikansinya 5% adalah 1, 981. Nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_2 diterima.

Sehingga variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile*.

3) Variabel Kepercayaan

H₃: Kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

Hasil analisis variabel kepercayaan pada tabel t diketahui t_{hitung} sebesar 3,192 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,981. Nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, maka H₃ diterima. Sehingga variabel kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile*.

4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang bertujuan untuk mempengaruhi dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat. Terdapat 3 variabel independen pada penelitian ini yaitu persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan. Selanjutnya juga terdapat satu variabel dependen yaitu keputusan penggunaan *BSI Mobile*. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	B	Sig.
(Constant)	4,654	0,009
Persepsi Kemudahan	0,050	0,612
Persepsi Kemanfaatan	0,363	0,001
Kepercayaan	0,313	0,002

Sumber: Data primer (diolah dari SPSS Versi 20), 2023

Berdasarkan hasil olahan data diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,654 + 0,050 X_1 + 0,363 X_2 + 0,313 X_3 + e$$

- 1) Nilai Konstanta diatas dapat diketahui sebesar 4,654 yang berarti bahwa jika variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kepercayaan memiliki koefisien bernilai 0, maka nilai keputusan penggunaan *BSI Mobile* sebesar 4,654.
- 2) Koefisien regresi dari persepsi kemudahan (X_1) memiliki nilai sebesar 0,050 dapat dikatakan bahwa setiap penambahan 1 poin persepsi kemudahan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *BSI Mobile* sebesar, 0,050.
- 3) Koefisien regresi dari persepsi kemanfaatan (X_2) memiliki nilai sebesar 0,363 dapat dikatakan bahwa setiap penambahan 1 poin persepsi kemanfaatan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *BSI Mobile* sebesar, 0,363.
- 4) Koefisien regresi dari kepercayaan (X_3) memiliki nilai sebesar 0,313 dapat dikatakan bahwa setiap penambahan 1 poin kepercayaan maka akan meningkatkan keputusan penggunaan *BSI Mobile* sebesar, 0,313.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan *BSI Mobile*

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile*. Hasil ini dapat dilihat melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0,508 < 1,981$ dan signifikansi $0,612 > 0,05$. Sehingga H_1

yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* tidak diterima atau ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile*, disebabkan nasabah pengguna *BSI Mobile* berada dalam kategori usia muda yang mana mereka lebih mudah untuk beradaptasi dengan perkembangan suatu teknologi, maka tidak mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan penggunaan *BSI Mobile*. Dalam isi pertanyaan kuesioner yang membahas nasabah merasa jika bertransaksi dengan menggunakan *BSI Mobile* lebih fleksibel dibandingkan dengan aplikasi *M-banking lain*, oleh karena itu terdapat nasabah yang kurang setuju dengan pertanyaan tersebut.

Sehingga penelitian tersebut tidak sejalan dengan teori TAM menurut (Venkatesh dan Davis, 1996) yang mendefinisikan bahwa tolak ukur seseorang itu dipengaruhi dengan adanya kemudahan dalam menggunakan teknologi. Maka dari itu, nasabah merasa dengan adanya kemudahan tidak mempengaruhi ketika menggunakan suatu teknologi, dikarenakan sebagian dari mereka sudah paham betul dengan perkembangan suatu teknologi dan cara menggunakan teknologi dengan mudah.

Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khoiriyah & Putra (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*. Dikarenakan sebagian nasabah artinya sudah menguasai adanya penggunaan teknologi yang berbasis digital.

4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan BSI *Mobile*

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*. Hasil ini dapat dilihat melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,468 > 1,981$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Sehingga H_2 yang menyatakan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* dapat diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya kemanfaatan dari layanan BSI *Mobile*, maka akan meningkatkan suatu keputusan seseorang untuk dapat bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*. Nasabah merasa dengan bertransaksi menggunakan BSI *Mobile* dapat meningkatkan efektivitas dan membuat pekerjaan pengguna dalam bertransaksi menjadi lebih mudah. Sehingga memberikan manfaat bagi kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa penggunaan suatu sistem dianggap berpengaruh dan dipengaruhi oleh adanya kemanfaatan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dirwan (2022) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemanfaatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2020) menyatakan bahwa variabel persepsi kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*.

4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan BSI *Mobile*

Berdasarkan hasil penelitian pada uji hipotesis yang dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan (X3) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*. Hal ini dapat dilihat melalui hasil uji t yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $3,192 > 1,981$ dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Sehingga H_3 diterima yang berarti bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile*.

Hal ini dapat diartikan bahwa dengan adanya kepercayaan maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*. Pengguna merasa bahwa dengan bertransaksi dengan BSI *Mobile* mampu menjamin kepuasan, keamanan, kenyamanan dan kehandalan penggunaan yang dirasakan. Kepercayaan salah satu komponen penting untuk mendorong seseorang untuk melakukan suatu teknologi dengan tujuan membangun hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan Ba dan Pavlou (2002) yang mendefinisikan bahwa kepercayaan merupakan sebagai evaluasi hubungan dengan orang-orang yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan. Maka dari itu, dalam menggunakan suatu teknologi nasabah dapat memberikan suatu kepercayaannya.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Joni et al. (2022) menunjukkan hasil bahwa kepercayaan memiliki hasil yang positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*. Serupa dengan penelitian yang dilakukan Wicaksono et al. (2021) yang menunjukkan hasil bahwa kepercayaan

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *Mobile banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.
2. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* pada nasabah Muslim di Solo Raya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memberikan beberapa saran kepada peneliti maupun pihak-pihak yang terkait pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis untuk terus menambah wawasan untuk melengkapi penelitian ini, serta memperbaiki penulisan yang masih salah.
2. Bagi peneliti lain diharapkan untuk mengembangkan dan melanjutkan penelitian ini dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *BSI Mobile*.

3. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah sampel yang digunakan karena pada penelitian ini hanya menggunakan 115 responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, R., & Amalia, E. (2010). *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*.
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 25–29.
- Atarwaman, & Rita. (2022). *Pengaruh Persepsi Resiko, Kegunaan, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking Di Kota Ambon*. 10(2), 583–589.
- Azizah, P., Witi, A., & Seri, E. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use Dan Perceived Credibility Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Budgeting*, 1, 53–62.
- Bankbsi.co.id. (2022). *BSI Terus Dorong Aktivasi Digital Transaksi Via BSI Mobile Lebih Masif*. Bankbsi.Co.Id. <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-terus-dorong-aktivasi-digital-transaksi-via-bsi-mobile-lebih-masif>
- CNBC, I. (2021). *Gegara Ini, Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Melesat 98%*. CNBC,Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/syariah/20210823140844-29-270488/gegara-ini-mobile-banking-bank-syariah-indonesia-melesat-98>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Q.*, 13.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Delle Vicende Dell'agricoltura in Italia; Studio e Note Di C. Bertagnolli.*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>
- Davis, F. D. (2013). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology* (p. 22). <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Manage. Sci.*, 35. <https://www.jstor.org/stable/2632151>
- Dirwan. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323–332. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1642> Abstrak
- Fadillah, F., Hartono, & Dickdick Sodikin. (2022). *Pengaruh Kepercayaan,*

Manfaat, Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Penggunaan Pada Aplikasi Linkaja Telkom Jakarta. 2(2), 277–285.

- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(3), 110–117. <http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/>
- Farizi, H. (2014). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Risiko Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking.* 1–18.
- Fatikah, B. H., & Al-banna, H. (2022). *Pengaruh E- Servqual dan E- Trust Terhadap E- Loyalty : Peran E- Loyalty Satisfaction Sebagai Intervening Pada Islam Mobile Nasabah Perbankan.* 1(1), 119–130.
- Fian, J. Al, & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–18.
- Franedy, R. (2020). *Waspadalah! Ini kasus Pembobolan M-banking yang Terjadi di RI.* Cnbcindonesia.Com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200907140920-37-184917/waspadalah-ini-kasus-pembobolan-m-banking-yang-terjadi-di-ri>
- Fujiastuti, A. D. (2022). *Kemudahan Bertransaksi Via BSI Mobile.* DetikNews. <https://news.detik.com/kolom/d-6487840/kemudahan-transaksi-via-bsi-mobile>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, D., & Assegaff, S. (2022). Analisis Aplikasi Mobile Banking Jenius Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Sistem Informasi*, 7(4), 666–677. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jurnalmsi/article/view/691%0Ahttps://ejournal.unama.ac.id/index.php/jurnalmsi/article/download/691/575>
- Hakeem, G., & Ratnasar, R. (2021). *Banks ' M -Banking Applications Intervened By Trust Pengaruh Perceived Ease Of Use Pada Aplikasi M-Banking Bank.* 8(6), 696–705. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp696-705>
- Haya, S. F., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile pada Bank Syariah Indonesia KC Surabaya Dipenogoro. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Ivan, M. (2022). *Bank Syariah Indonesia: Lebih Energik dan Inklusif.* News.Jonidetik.Com. <https://news.detik.com/kolom/d-6473414/bank-syariah-indonesia-lebih-energik-dan-inklusif>

- Jayani, D. H. (2019). *Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2023*. Databoks.Co,Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperluan*.
- Joni, Yulianti, R., & Hamdiah, C. (2022). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan mobile banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Banda Aceh). *Serambi Konstruktivis*, 4(2), 56–63.
- Junnonyang, E. (2021). Integrating TAM, Perceived Risk, Trust, Relative Advantage, Government Support, Social Influence and User Satisfaction as Predictors of Mobile Government Adoption Behavior in Thailand. *International Journal of E-Business and e-Government Studies*, 13(1), 159–178. <https://doi.org/10.34111/ijefs.202113108>
- Kabir, M. R. (2013). Factors Influencing the Usage of Mobile Banking : Incident from a Developing World Review of Business Research Factors Influencing the Usage of Mobile Banking : Incident from a Developing Country Mohammad Rokibul Kabir *. *World Review of Business Research*, 3(April), 96–114.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. 8(03), 2522–2535.
- Kotler, P. (2009). kevin lane keller.(2008). manajemen pemasaran. *Alih Bahasa Benyamin Bob Sabran Edisi*, 13.
- Mufarikh, M., Jayadi, R., & Sugandi, Y. (2020). Factors Influencing Customers to Use Digital Banking Application in Yogyakarta, Indonesia. In *Journal of Asian Finance, Economics and Business* (Vol. 7, Issue 10, pp. 897–908). <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no10.897>
- Mulyati. (2021). *Merger bank syariah, peluang atau ancaman ?* <http://s2es.uin.ar-raniry.ac.id/index.php/id/posts/merger-bank-syariah-peluang-atau-ancaman>
- Mundir, A., Nizar, M., & Athiroh, D. R. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan , Kepuasan , Dan Kepercayaan Pada Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Mahasiswa. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 1–17.
- Musyaffi, A. M., & Kayati, K. (2020). Dampak Kemudahan dan Risiko Sistem Pembayaran QR Code: Technology Acceptance Model (TAM) Extension. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 161. <https://doi.org/10.33603/jibm.v3i2.2635>
- Mutahar, A. M., Aldholay, A., Isaac, O., Jalal, A. N., & Kamaruddin, F. E. B. (2022). The Moderating Role of Perceived Risk in the Technology Acceptance Model (TAM): The Context of Mobile Banking in Developing Countries. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 299(January), 389–403.

https://doi.org/10.1007/978-3-030-82616-1_34

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (1999). *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran)*.
- Populix. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/aplikasi-mobile-banking-paling-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia-2022-Vb18i>
- Ramezaninia, M., Panahifar, F., & Sarhangi, N. H. (2022). Significant factors affecting m-banking adoption case study: higher education institutions in Tehran. *International Journal of Electronic Business*, 17(1), 61–86. <https://doi.org/10.1504/IJEB.2022.120014>
- Rintasari, D., & Farida, N. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty melalui E-Satisfaction (Studi pada Pengguna Situs E-Commerce C2C Shopee di Kabupaten Sleman). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 539–547. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28803>
- Samantha, R., & Almalik, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking PT. Bank Mestika Rantauprapat. *Tjyybjb.Ac.Cn*, 3(2), 58–66. <http://www.tjyybjb.ac.cn/CN/article/downloadArticleFile.do?attachType=PDF&id=9987>
- Sarmah, R., Dhiman, N., & Kanojia, H. (2020). Understanding intentions and actual use of mobile wallets by millennial: an extended TAM model perspective. *Journal of Indian Business Research*, 13(3), 361–381. <https://doi.org/10.1108/JIBR-06-2020-0214>
- Shomad, A. C., & Purnomosidhi, B. (2012). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko terhadap Perilaku Penggunaan E-commerce. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/466/411>
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS Edisi Pertama*. <https://books.google.co.id/books?id=IjTMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225, 87.
- Suhartanto, D., Dean, D., Ismail, T., & Sundari, R. (2020). Mobile Banking Adoption In Islamic Banks: Integrating TAM Model And Religiosity-Intention Model. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1405–1418. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0096>
- Sukmawati, H., Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2021). *Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model*. 7(03), 1845–1857.

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615> 1.

- Sumarsono, P., Surbakti, M. H., Huda, N., & Rini, N. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Dan Keputusan Bertransaksi Nasabah Pengguna Mandiri Syariah Mobile (Msm). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 225–235. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5812](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5812)
- Syahrani, K. P. (2021). *Pengaruh Perceived Of Ease , Perceived Of Manefits Dan Perceived Of Risiko Terhadap Keputusan Penggunaan Mahasiswa Mobile Banking Negeri Univertas Jakarta*. 0–18.
- Tiwari, P., Tiwari, S. K., & Gupta, A. (2021). Examining the Impact of Customers' Awareness, Risk and Trust in M-Banking Adoption. *FIIB Business Review*, 10(4), 413–423. <https://doi.org/10.1177/23197145211019924>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: development and test. *Decis. Sci.*, 27.
- Wicaksono, M. B., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Penggunaan M- Banking Mandiri di Jakarta Selatan. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1090–1103.
- Widyaningsih, M., Arisa, & Rameyza, F. (2022). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi BSIMobile (Studi Kasus Nasabah BSI Kabupaten Sukoharjo)*. 1, 1–24.
- Zaki. (2022). *Pengaruh Sikap Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Kota Pariaman*. 2(1), 1–9.

LAMPIRAN- LAMPIRAN

Lampiran 1

Jadwal Penelitian

No	Bulan	September 2022- Januari 2023				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	X	X	X	X																
2	Pendaftaran Seminar Proposal							X													
3	Ujian Seminar Proposal									X											
4	Revisi Proposal										X	X	X								
5	Pengumpulan Data											X	X								
6	Analisis Data													X	X	X					
7	Penulisan Skripsi													X	X	X					
8	Pendaftaran Munaqasah															X					
9	Ujian Munaqasah																	X			
10	Revisi Skripsi																		X		

Lampiran 2

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Riris Nurul Hidayati, mahasiswi jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Keputusan Penggunaan BSI Mobile Dengan Pendekatan Technology Accaptance Model (TAM) Pada nasabah Muslim Di Solo Raya ”**

Maka dari itu, peneliti memohon bantuan bapak/ibu/saudara agar bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan saya dan akan dijaga kerahasiaannya.

Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

1. Data Responden

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda ceklis (✓)

1. Nama Responden :
2. No. Handphone :
3. Wilayah Solo Raya :
 - Kabupaten Surakarta
 - Kabupaten Karanganyar
 - Kabupaten Sragen
 - Kabupaten Wonogiri
 - Kabupaten Sukoharjo
 - Kabupaten Klaten
 - Kabupaten Boyolali
4. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
5. Usia : a. <17 d. 41-55tahun
b. 18 – 30 tahun e. > 55 tahun
c. 31 – 40 tahun
6. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa c. PNS
b. Karyawan Swasta d. Lain-lain
7. Pendapatan :
 - a. <Rp. 1.500.000
 - b. Rp. 1.500.000- Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 2.500.000- Rp. 3.000.000

d. > 3.500.000

4. Banyak Transaksi Pada BSI *Mobile*

1 Kali (Dalam sebulan) >5 Kali (Dalam sebulan)

2-4 Kali (Dalam sebulan)

5. Transaksi Digunakan Untuk Apa Saja

Transfer Online

Pembelian (Token Listrik Paket Data dan Isi Pulsa)

Pembayaran Tagihan (PLN, PDAM, BPJS dan TV Kabel/
Internet)

Donasi dan Amal (Zakat, Infaq, Shodaqoh, Wakaf, Donasi,
dan Qurban)

II. Pernyataan Kuesioner

Petunjuk :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan

cara memberi tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang sudah tersedia!

- | | | | |
|----|-----|-----------------------|-----|
| 1. | SS | : Sangat Setuju | (5) |
| 2. | S | : Setuju | (4) |
| 3. | KS | : Kurang Setuju | (3) |
| 4. | TS | : Tidak Setuju | (2) |
| 5. | STS | : Sangat Tidak Setuju | (1) |

A. Variabel X₁ Persepsi Kemudahan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Menurut saya dalam penggunaannya <i>BSI mobile</i> mudah dipelajari dan dimengerti.					
2.	Menurut saya <i>BSI mobile</i> dalam penggunaannya mudah dioperasikan.					
3.	Menurut saya bertransaksi dengan menggunakan <i>BSI mobile</i> lebih fleksibel dibanding dengan aplikasi <i>M-banking</i> lain.					
4.	Menurut saya transaksi dengan menggunakan <i>BSI mobile</i> lebih mudah, praktis, dan efisien.					

B. Variabel X₂ Persepsi Kemanfaatan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Menurut saya dengan menggunakan <i>BSI mobile</i>					

	membantu pekerjaan saya lebih cepat dalam bertransaksi.					
2.	Menurut saya BSI <i>mobile</i> sangat efektif dalam penggunaannya.					
3.	Menurut saya BSI <i>mobile</i> menjadikan pekerjaan saya dalam hal bertransaksi menjadi mudah.					
4.	Menurut saya BSI <i>mobile</i> bermanfaat bagi saya.					

C. Variabel X₃ Kepercayaan (*Trust*)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Menurut saya pihak BSI <i>mobile</i> mampu menjaga keamanan akun rekening saya.					
2.	Saya yakin bahwa pihak BSI <i>mobile</i> mampu menjaga komitmen akan kehandalan					

	dan keunggulan untuk para penggunaannya.					
3.	Menurut saya kepedulian pihak Bank Syariah Indonesia tinggi dalam memberikan solusi permasalahan nasabahnya					
4.	Saya puas dengan fitur dan bertransaksi menggunakan <i>BSI mobile</i> .					

D. Variabel Y Keputusan Penggunaan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya memutuskan untuk menggunakan <i>BSI mobile</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
2.	Saya menggunakan <i>BSI mobile</i> karena keinginan sendiri.					
3.	Saya merasa puas setelah menggunakan layanan BSI					

	<i>mobile</i> pada PT. Bank Syariah Indonesia.					
4.	Saya akan merekomendasikan <i>BSI mobile</i> kepada orang lain.					

Lampiran 3

Tabulasi Data Persepsi Kemudahan (X1)

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	4	18
3	5	4	5	4	18
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	4	5	4	4	17
7	4	5	4	5	18
8	5	4	4	5	18
9	4	5	4	4	17
10	5	4	4	4	17
11	5	4	4	5	18
12	4	4	4	4	16
13	4	5	5	5	19
14	4	4	4	4	16
15	4	4	5	4	17
16	4	4	4	4	16
17	4	4	5	5	18
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	4	4	5	5	18
21	4	5	4	5	18
22	5	4	5	5	19
23	4	5	4	4	17
24	4	4	4	5	17
25	4	4	5	4	17

26	5	4	4	4	17
27	4	4	4	4	16
28	4	5	4	4	17
29	4	5	5	4	18
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	5	5	4	18
36	4	5	5	4	18
37	4	5	4	5	18
38	5	4	5	5	19
39	4	5	5	4	18
40	4	4	4	5	17
41	5	5	5	4	19
42	4	4	4	5	17
43	5	4	4	4	17
44	5	5	4	4	18
45	5	5	5	5	20
46	4	4	5	5	18
47	5	5	5	5	20
48	5	4	5	4	18
49	4	5	5	5	19
50	4	4	5	5	18
51	4	5	4	5	18
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20

54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	5	5	4	4	18
57	5	4	5	5	19
58	5	4	4	4	17
59	5	5	5	4	19
60	4	4	4	4	16
61	4	5	4	4	17
62	5	5	4	4	18
63	4	5	4	4	17
64	4	4	4	4	16
65	5	4	5	5	19
66	5	5	5	5	20
67	4	4	4	5	17
68	4	4	5	5	18
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	5	4	4	4	17
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	5	4	5	4	18
76	4	4	5	5	18
77	4	4	4	5	17
78	4	4	4	5	17
79	4	4	4	5	17
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16

82	5	5	4	5	19
83	5	4	4	4	17
84	4	5	5	5	19
85	4	4	4	4	16
86	4	4	4	4	16
87	4	5	4	4	17
88	5	5	4	5	19
89	4	4	4	4	16
90	4	4	5	4	17
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	3	4	15
94	4	4	4	4	16
95	5	5	5	5	20
96	4	4	4	4	16
97	4	4	5	4	17
98	4	4	4	4	16
99	4	4	5	5	18
100	4	4	4	4	16
101	4	4	4	4	16
102	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	16
104	5	5	4	5	19
105	4	4	4	4	16
106	4	5	4	4	17
107	4	5	4	4	17
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16

110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	5	17
112	5	4	4	4	17
113	5	5	5	4	19
114	4	4	4	4	16
115	4	4	4	4	16

Tabulasi data Persepsi Kemanfaatan (X2)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	4	5	5	4	18
3	4	5	5	5	19
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	4	4	5	18
7	4	5	5	5	19
8	4	5	4	5	18
9	4	4	4	4	16
10	4	5	5	4	18
11	4	5	5	5	19
12	4	4	4	4	16
13	5	4	5	4	18
14	4	4	4	4	16
15	4	5	5	4	18
16	4	4	4	4	16
17	5	4	4	4	17
18	5	5	5	5	20
19	4	5	5	5	19
20	5	5	5	4	19
21	4	4	4	5	17
22	5	4	5	5	19
23	5	4	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	5	4	5	5	19

27	4	5	4	4	17
28	4	4	4	5	17
29	4	5	5	4	18
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	5	20
32	4	5	5	5	19
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	5	17
35	5	4	5	5	19
36	4	5	5	5	19
37	5	5	4	5	19
38	4	4	4	4	16
39	4	4	5	4	17
40	5	4	5	4	18
41	4	4	4	4	16
42	5	4	4	5	18
43	4	5	4	4	17
44	5	4	5	5	19
45	4	4	4	4	16
46	4	5	5	5	19
47	5	4	4	4	17
48	4	5	5	5	19
49	4	5	5	4	18
50	5	4	5	5	19
51	5	5	4	4	18
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	4	19

55	4	4	4	5	17
56	4	4	4	5	17
57	5	5	4	4	18
58	4	4	4	5	17
59	4	5	4	4	17
60	4	4	5	4	17
61	4	4	4	4	16
62	4	5	4	5	18
63	4	4	4	4	16
64	5	5	4	4	18
65	4	4	5	5	18
66	5	5	5	5	20
67	4	4	5	4	17
68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	5	17
74	4	4	4	4	16
75	5	4	5	5	19
76	4	4	5	5	18
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	5	4	4	4	17
80	4	4	4	5	17
81	5	5	5	4	19
82	5	5	5	4	19

83	4	4	4	4	16
84	5	5	5	5	20
85	4	4	4	4	16
86	5	4	4	4	17
87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	4	5	5	18
90	4	5	4	4	17
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	4	19
93	4	4	3	4	15
94	4	5	5	4	18
95	4	4	4	5	17
96	4	4	4	5	17
97	4	4	4	5	17
98	5	5	4	4	18
99	4	4	4	4	16
100	4	4	4	4	16
101	4	4	4	4	16
102	4	4	4	4	16
103	4	4	5	5	18
104	4	4	4	4	16
105	4	4	4	4	16
106	4	4	4	5	17
107	4	4	4	5	17
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16
110	4	4	5	4	17

111	4	4	4	4	16
112	4	4	4	4	16
113	5	4	5	5	19
114	4	4	4	5	17
115	4	4	4	4	16

Tabulasi Kepercayaan (X3)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	4	4	4	3	15
2	4	5	5	4	18
3	4	4	4	5	17
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	4	5	5	4	18
7	4	4	5	5	18
8	5	4	5	4	18
9	4	4	4	5	17
10	4	4	5	5	18
11	4	4	5	5	18
12	4	4	4	4	16
13	4	5	5	4	18
14	4	4	4	4	16
15	5	4	5	5	19
16	4	4	4	4	16
17	4	5	4	4	17
18	3	4	4	4	15
19	5	4	5	5	19
20	4	4	5	4	17
21	4	4	4	5	17
22	4	5	4	4	17
23	5	5	4	5	19
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	5	17
26	5	4	4	5	18
27	4	5	4	4	17

28	5	4	5	4	18
29	4	4	4	5	17
30	4	4	4	4	16
31	4	4	5	5	18
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	5	4	4	5	18
36	4	5	5	5	19
37	5	4	4	4	17
38	4	4	4	4	16
39	5	4	4	4	17
40	4	4	4	3	15
41	5	4	5	5	19
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	5	17
44	4	4	4	5	17
45	4	5	5	4	18
46	4	4	4	4	16
47	4	5	5	4	18
48	4	5	5	5	19
49	4	4	5	5	18
50	4	4	4	4	16
51	4	4	5	4	17
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	5	5	4	4	18
57	4	4	5	5	18

58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	4	19
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	5	4	4	4	17
64	5	4	4	4	17
65	5	4	4	5	18
66	5	5	5	5	20
67	5	4	4	5	18
68	4	5	5	5	19
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	5	17
72	4	4	4	4	16
73	5	4	4	4	17
74	5	4	4	4	17
75	5	5	4	5	19
76	4	4	4	4	16
77	4	4	5	4	17
78	5	4	4	4	17
79	4	5	5	5	19
80	4	4	4	5	17
81	5	5	5	5	20
82	4	5	5	5	19
83	5	4	4	4	17
84	5	5	5	5	20
85	4	5	4	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	5	17

88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16
90	4	5	4	5	18
91	4	4	4	4	16
92	5	4	4	4	17
93	4	4	3	3	14
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	5	5	5	5	20
97	4	4	5	5	18
98	4	4	4	5	17
99	4	4	4	4	16
100	5	5	4	5	19
101	4	4	4	4	16
102	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	16
104	4	4	4	4	16
105	4	4	4	4	16
106	4	5	4	4	17
107	5	4	4	4	17
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	4	4	4	4	16
113	5	4	4	4	17
114	4	4	4	4	16
115	4	4	4	4	16

Tabulasi Keputusan Penggunaan (Y)

NO	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	2	4	4	3	13
2	4	4	5	4	17
3	4	4	5	5	18
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	4	4	5	18
7	4	5	5	5	19
8	5	5	4	5	19
9	4	4	4	5	17
10	4	5	5	4	18
11	4	5	4	5	18
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	5	4	4	5	18
16	4	3	4	4	15
17	4	5	5	5	19
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	16
21	5	5	4	5	19
22	5	4	4	5	18
23	5	4	4	4	17
24	4	4	4	4	16
25	4	5	4	4	17
26	5	5	4	4	18
27	5	4	4	5	18

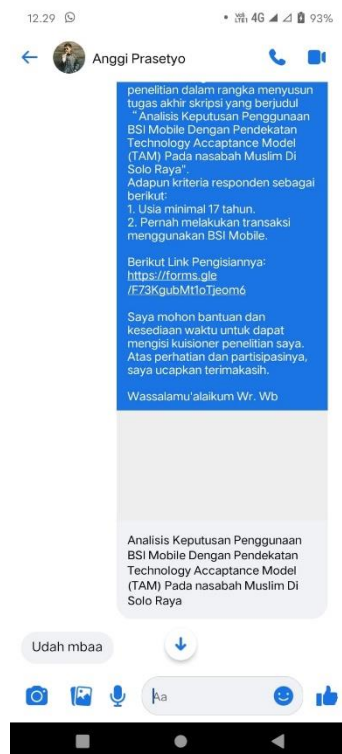
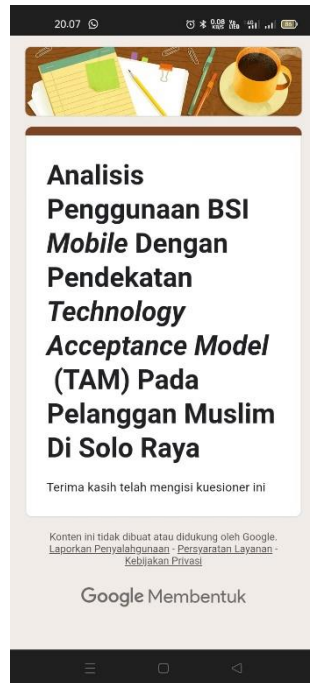
28	4	5	4	4	17
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	4	5	4	5	18
32	5	5	4	5	19
33	3	4	4	4	15
34	4	4	4	5	17
35	4	5	4	5	18
36	4	5	4	4	17
37	4	4	4	5	17
38	4	4	4	4	16
39	4	5	4	4	17
40	5	4	5	4	18
41	4	4	3	4	15
42	4	4	5	4	17
43	4	4	4	4	16
44	4	5	4	4	17
45	4	4	5	5	18
46	4	4	5	5	18
47	5	4	4	4	17
48	5	5	4	4	18
49	5	5	4	4	18
50	4	4	4	4	16
51	3	5	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	5	5	18
54	5	5	5	4	19
55	4	4	4	4	16
56	4	4	5	5	18
57	5	4	5	4	18

58	4	4	4	3	15
59	4	4	4	4	16
60	4	4	5	4	17
61	5	4	4	4	17
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	5	4	4	4	17
65	4	4	5	4	17
66	5	5	5	5	20
67	5	4	5	5	19
68	5	5	5	5	20
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	5	17
74	4	4	4	4	16
75	5	5	4	4	18
76	4	4	5	5	18
77	4	4	4	5	17
78	4	5	5	5	19
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	4	17
84	5	5	5	5	20
85	4	5	4	4	17
86	5	5	4	5	19
87	4	4	4	4	16

88	4	4	5	5	18
89	4	4	5	5	18
90	4	4	5	4	17
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	4	3	4	4	15
94	5	4	4	4	17
95	4	5	5	5	19
96	4	4	4	5	17
97	5	4	5	5	19
98	4	4	4	5	17
99	4	4	4	4	16
100	5	5	4	5	19
101	5	4	4	4	17
102	4	4	4	4	16
103	4	4	4	4	16
104	5	4	4	4	17
105	4	4	4	4	16
106	4	5	4	4	17
107	4	4	4	5	17
108	4	4	4	4	16
109	4	4	4	4	16
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	4	4	4	4	16
113	5	5	4	4	18
114	4	4	4	4	16
115	4	4	4	4	16

Lampiran 4

Dokumentasi



Lampiran 5

Pengolahan Data**Hasil Uji Instrumen**

Variabel Persepsi Kemudahan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.271**	.326**	.257**	.668**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.005	.000
	N	115	115	115	115	115
X1.2	Pearson Correlation	.271**	1	.291**	.219*	.650**
	Sig. (2-tailed)	.003		.002	.019	.000
	N	115	115	115	115	115
X1.3	Pearson Correlation	.326**	.291**	1	.388**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000
	N	115	115	115	115	115
X1.4	Pearson Correlation	.257**	.219*	.388**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.005	.019	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.668**	.650**	.738**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	4

Variabel Persepsi Kemanfaatan (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.250**	.336**	.150	.626**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.110	.000
	N	115	115	115	115	115
X2.2	Pearson Correlation	.250**	1	.459**	.124	.674**
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.185	.000
	N	115	115	115	115	115
X2.3	Pearson Correlation	.336**	.459**	1	.335**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115
X2.4	Pearson Correlation	.150	.124	.335**	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.110	.185	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.626**	.674**	.797**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.606	4

Variabel Kepercayaan (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.177	.160	.232*	.574**
	Sig. (2-tailed)		.058	.087	.013	.000
	N	115	115	115	115	115
X3.2	Pearson Correlation	.177	1	.431**	.249**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.058		.000	.007	.000
	N	115	115	115	115	115
X3.3	Pearson Correlation	.160	.431**	1	.434**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.087	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115
X3.4	Pearson Correlation	.232*	.249**	.434**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.013	.007	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.574**	.657**	.745**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	4

Variabel Keputusan Penggunaan (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.316**	.174	.340**	.688**
	Sig. (2-tailed)		.001	.062	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
Y.2	Pearson Correlation	.316**	1	.196*	.296**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.001		.036	.001	.000
	N	115	115	115	115	115
Y.3	Pearson Correlation	.174	.196*	1	.412**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.062	.036		.000	.000
	N	115	115	115	115	115
Y.4	Pearson Correlation	.340**	.296**	.412**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.688**	.659**	.632**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	4

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.12014021
	Absolute	.110
Most Extreme Differences	Positive	.110
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		1.179
Asymp. Sig. (2-tailed)		.124

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	4.654	1.755		2.651	.009	
1	Persepsi Kemudahan	.050	.099	.048	.508	.612	.668
	Persepsi Kemanfaatan	.363	.105	.341	3.468	.001	.622
	Kepercayaan	.313	.098	.291	3.192	.002	.723
							1.497 1.608 1.383

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.722	1.139		-.634	.527
	Persepsi Kemudahan	.092	.064	.164	1.429	.156
	Persepsi Kemanfaatan	-.007	.068	-.011	-.096	.923
	Kepercayaan	.005	.064	.008	.073	.942

a. Dependent Variable: RES2

Uji Ketepatan Model

Uji Determinan R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575 ^a	.331	.313	1.13518

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.823	3	23.608	18.320	.000 ^b
	Residual	143.037	111	1.289		
	Total	213.861	114			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan

Uji Hipotesis

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.654	1.755		2.651	.009
Persepsi Kemudahan	.050	.099	.048	.508	.612
Persepsi Kemanfaatan	.363	.105	.341	3.468	.001
Kepercayaan	.313	.098	.291	3.192	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.654	1.755		2.651	.009
Persepsi Kemudahan	.050	.099	.048	.508	.612
Persepsi Kemanfaatan	.363	.105	.341	3.468	.001
Kepercayaan	.313	.098	.291	3.192	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

Lampiran 6

R tabel pada Uji Validitas

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004

F tabel pada Uji F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75

T tabel pada Uji T

Pr \ df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262

Lampiran 7

Daftar Riwayat Hidup**BIODATA DIRI****DATA PRIBADI**

Nama : Riris Nurul Hidayati
Tempat/Tanggal Lahir : Boyolali, 07 Juni 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Sudimoro RT 02/ RW 01, Sudimoro, Teras,
Boyolali

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD N 01 Sudimoro : Tahun 2007-2013
2. SMP N 4 Mojosongo : Tahun 2013-2016
3. SMA Bhinneka Karya 2 Boyolali : Tahun 2016-2019
4. UIN Raden Mas Said Surakarta : Tahun 2019-2023

Lampiran 8

PLAGIASI

RIRIS N.H PBS_ SKRIPSI

ORIGINALITY REPORT

22% SIMILARITY INDEX	24% INTERNET SOURCES	11% PUBLICATIONS	13% STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	----------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	12%
2	jurnal.stie-aas.ac.id Internet Source	1%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
6	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
7	Submitted to iGroup Student Paper	1%
8	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
9	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1%