

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNAAN BSI MOBILE DALAM
TRANSAKSI E-COMMERCE**

SKRIPSI

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN MAS SAID
SURAKARTA

Oleh:

AULYA TRI RACHMAWATI
NIM. 19.52.31.147

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PENGGUNAAN E-COMMERCE DAN
E-WALLET TERHADAP MINAT DALAM
MENGUNAKAN BSI MOBILE**

SKRIPSI

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

Oleh:

AULYA TRI RACHMAWATI
NIM. 19.52.31.147

Sukoharjo, 23 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I

NIP. 198708282014031002

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamualaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : AULYA TRI RACHMAWATI

NIM : 195231147

Prodi : PERBANKAN SYARIAH

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE”**.

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 23 Mei 2023



Aulya Tri Rachmawati

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : AULYA TRI RACHMAWATI

NIM : 195231147

Prodi : PERBANKAN SYARIAH

Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE”**.

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan memperoleh data dari penyebaran kuisioner melalui google form dan penyebaran kuisioner di Kabupaten Boyolali. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 23 Mei 2023



Aulya Tri Rachmawati

NOTA DINAS

Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Aulya Tri Rachmawati

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 Aulya Tri Rachmawati NIM: 19.52.31.147 yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE”**.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S. E) dalam bidang ilmu perbankan syariah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkan permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 23 Mei 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I

NIP. 198708282014031002

PENGESAHAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

Oleh:

AULYA TRI RACHMAWATI
NIM. 19.52.31.147

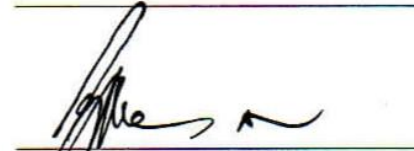
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin tanggal 05 Juni 2023 M/ 16 Dzulqoidah 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.S.I
NIP. 197803318 200912 2 001



Penguji II
Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005



Penguji III
Rahmawati Khoiriyah, M.E
NIP. 19921127 202012 2 022



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

“Tidak ada usaha yang mengkhianati hasil, terus berdoa dan berusaha selanjutnya serahkan kepada-Nya”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT. Yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini dengan rasa suka, duka, senang, sedih, bahagia, dan tegang. Oleh karena itu, tulisan ini peneliti sembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibu tercinta (Waluyo dan Sumirah) atas segala pengorbanan, cinta dan kasih sayang yang tak pernah luntur sedikitpun, doa selalu terpanjatkan untuk anak-anaknya. Selalu memberi dukungan dan semangat kepada anak-anaknya untuk meraih mimpi.
2. Untuk kakak-kakakku tersayang (Erdika Maulana dan Mellya Indah), yang selalu memberikan kebahagiaan, selalu menyemangati, terimakasih banyak kakak-kakakku tersayang.
3. Terimakasih banyak untuk sahabat-sahabatku, yang telah memberikan dorongan, dukungan, dan bantuan ketika saya membutuhkan bantuan.
4. Keluarga besar Perbankan Syariah kelas D yang memberikan canda, tawa, dan semangat dalam menempuh di UIN Raden Mas Said.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE” Skripsi ini disusun guna menyelesaikan Studi jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi penulis menyadari bahwasannya telah mendapat banyak dukungan, bimbingan, serta dorongan dari berbagai pihak yang mana telah menyumbangkan banyak pikiran, waktu, tenaga, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, M.Ag., M.Pd selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis. \
5. Bapak, Ibu, dan saudara-saudaraku, terima kasih atas doa dan kasih sayang yang diberikan.
6. Teman-teman Perbankan Syariah D angkatan 2019 terimakasih canda, tawa, kenangan, dan semangat yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
7. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dan memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Semoga Allah SWT membalas amal baik semua pihak tersebut di atas dengan kebaikan serta pahala yang berlipat ganda. Akhirnya semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis, maupun para pembaca yang lebih lanjut.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Sukoharjo, 23 Mei 2023

Penulis

ABSTRACT

BSI Mobile banking plays an essential role in the development of e-commerce. With BSI Mobile, it is hoped that can facilitate e-commerce transactions quickly and efficiently and can be accessed anytime and anywhere. The use of BSI Mobile for e-commerce acts as a means of payment in transactions. In its transactions, it is not uncommon for BSI Mobile to experience problems such as errors, transfer failures, and payment failures during e-commerce transactions. This study aims to determine the factors that influence the use of BSI Mobile for e-commerce transactions using the UTAUT theory. Because indicators in UTAUT theory can explain and measure a person's intention and behavior in using BSI Mobile.

This research is a type of field research with a quantitative approach method. The population used in this study is the Boyolali community, which uses BSI Mobile for e-commerce transactions. In this study, to determine the sample using the Lemeshow formula was obtained from a sample of 96 respondents, data analysis using multiple linear regression analysis. $Y = 3,434 + 0,382 X1 + 0,104 X2 + 0,293 X3 - 0,112 X4 + 0,682 X5 - 0,159 X6 + 1,158 X7 + e$. The results of this study indicate that the variable performance expectations (X1), the social influence variable (X3), the hedonic motivation variable (X5), and the habit variable (X7) affect the BSI Mobile usage variable in e-commerce transactions. Meanwhile, the business expectation variable (X2), the facility condition variable (X4), and the price value variable (X6) do not affect the use of BSI Mobile in e-commerce transactions.

Keywords: UTAUT, BSI Mobile, E-commerce.

ABSTRAK

BSI Mobile banking berperan penting bagi perkembangan e-commerce. Dengan adanya BSI Mobile diharapkan dapat memudahkan transaksi e-commerce dengan cepat dan mudah serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Penggunaa BSI Mobile untuk e-commerce berperan sebagai alat pembayaran dalam transaksi. Dalam transaksinya tak jarang BSI Mobile sering mengalami kendala seperti error, kegagalan transfer, kegagalan pembayaran saat transaksi e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce menggunakan teori UTAUT. Karena indikator pada teori UTAUT dapat menjelaskan dan mengukur niat dan perilaku seseorang dalam menggunakan BSI Mobile.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan dengan metode pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Masyarakat Boyolali yang menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce. Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel menggunakan rumus Lemeshow diperoleh sampel sebanyak 96 responden, analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. $Y = 3,434 + 0,382 X_1 + 0,104 X_2 + 0,293 X_3 - 0,112 X_4 + 0,682 X_5 - 0,159 X_6 + 1,158 X_7 + e$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja (X_1), variabel pengaruh sosial (X_3), variabel motivasi hedonis (X_5), dan variabel kebiasaan (X_7) berpengaruh terhadap variabel penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Sedangkan variabel harapan usaha (X_2), variabel kondisi fasilitas (X_4), dan variabel nilai harga (X_6) tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

Kata kunci: UTAUT, BSI Mobile, e-commerce

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
<i>ABSTRACT</i>	xi
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Rumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Batasan Penelitian	10
1.6. Jadwal Penelitian	10
1.7. Sistematika Penulisan	10
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> ..	12
2.1.2. BSI Mobile Banking	15
2.1.3. E-commerce	21
2.2. Penelitian Yang Relevan	27

2.3.	Kerangka Penelitian	31
2.4.	Pengembangan Hipotesa	32
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1.	Jenis Penelitian	40
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian	40
3.3.	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.3.1.	Populasi	40
3.3.2.	Sampel	41
3.3.3.	Teknik Pengambilan Sampel	42
3.4.	Definisi Operasional Variabel	42
3.5.	Analisis Data	44
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1.	Hasil Penelitian	49
4.1.1.	Gambaran umum penelitian	49
4.1.2.	Karakteristik responden	50
4.2.	Hasil dan Analisis Data	54
4.2.1.	Uji instrumen data	54
4.2.2.	Uji asumsi klasik	57
4.2.3.	Uji ketetapan model	64
4.2.4.	Analisis regresi linear berganda	65
4.2.5.	Uji hipotesis	68
4.3.	Pembahasan dan Analisis	71
BAB V	83
PENUTUP	83
5.1.	Kesimpulan	83
5.2.	Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Platform E-Commerce digunakan untuk berbelanja (Maret 2022)...	2
Gambar 1. 2 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Di Indonesia Tahun 2022	5
Gambar4. 1 Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram	59
Gambar4. 2 Hasil Uji Normalitas Dengan Scatterplot.....	59
Gambar4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil penelitian terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan	52
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4. 5 Hasil uji validitas	54
Tabel 4. 6 Hasil uji reliabilitas	55
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
Tabel 4. 10 Hasil Uji F Simultan	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	65
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji T Parsial.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

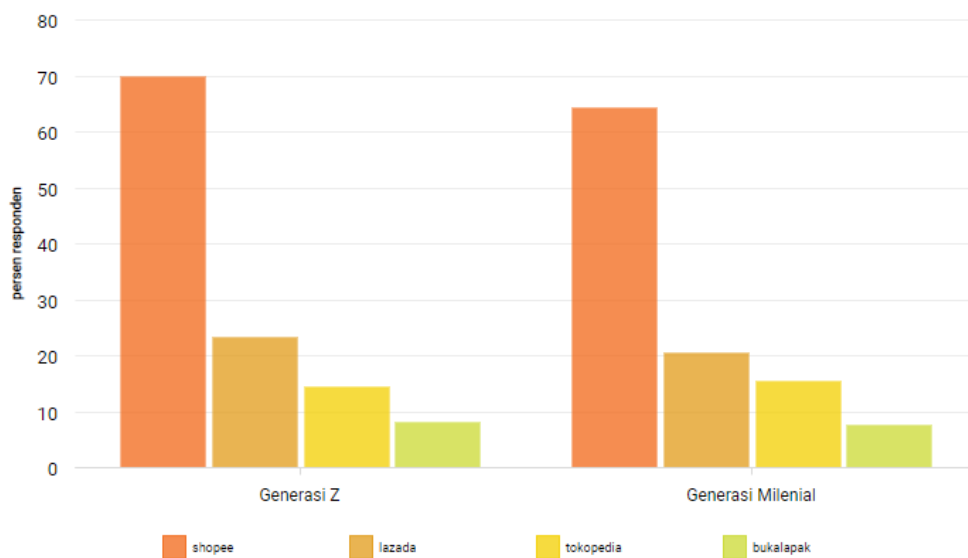
Perkembangan teknologi memudahkan manusia untuk melakukan kegiatan sehari-harinya. Teknologi perlahan beralih ke digital dan dapat mempengaruhi seluruh kegiatan masyarakat (Alam, Hendratmi, Wati, et al., 2022), salah satunya kegiatan ekonomi. Ekonomi digital digambarkan sebagai kemampuan melakukan kegiatan bisnis pada teknologi digital seperti internet. E-commerce adalah salah satu contoh kegiatan bisnis yang menerapkan teknologi digital. E-commerce mereformasi perdagangan antara produsen dan konsumen dilakukan secara langsung menjadi tidak langsung (Anggaranie, 2017).

Platform e-commerce menjadi wadah bagi produsen untuk menawarkan produknya dan wadah konsumen untuk mencari barang yang mereka butuhkan, konsumen tidak perlu menghabiskan tenaga untuk berbelanja online hanya dengan melihat e-commerce melalui handphone dan dapat langsung melakukan pembayaran (Soegoto et al., 2018). E-commerce adalah wadah jual beli online yang dapat diakses dan digunakan oleh siapapun dan kapanpun tanpa ada batasan (Rahwanto et al., 2020).

Banyaknya platform e-commerce saat ini memberikan pilihan bagi para pelaku ekonomi untuk memilih yang sesuai dengan kebutuhan mereka, produsen dan konsumen akan bertambah maka semakin beragam dan semakin meningkat pula kebutuhan akan produk (Hendarsyah, 2019). Menurut survey pada tahun 2017, 12% perdagangan barang internasional dilakukan melalui e-commerce

(Rahwanto et al., 2020), angka itu akan terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi (Hrustek et al., 2019).

Menurut penelitian yang dilakukan (Alwendi, 2020) e-commerce dapat meningkatkan omzet penjualan dengan presentase sebesar 31% dan meningkatkan jumlah pelanggan sebesar 24%. Tahun 2011 Tiongkok menciptakan gagasan “Rencana Lima Tahun Pengembangan E-commerce” gagasan tersebut berhasil meningkatkan transaksi e-commerce sebesar 10,1% dan mencapai USD 426 (kominfo.go.id). Perkembangan e-commerce di Indonesia menurut survey yang dilakukan oleh perusahaan e-commerce Enabler Sirclo mengalami peningkatan sebesar 91% pada tahun 2020 (www.sirclo.com). Peningkatan tersebut disebabkan karena adanya pandemi Covid, sehingga kegiatan dilakukan secara online (Ispriyahadi et al., 2022).



Gambar 1. 1 Platform E-Commerce digunakan untuk berbelanja (Maret 2022)

Sumber: katadata.co.id

Menurut survey selama tahun 2020 jumlah pembelian online meningkat sebesar 41,71% (katadata.co.id). Masyarakat Indonesia sangat antusias dengan adanya e-commerce (Handayani & Nilasari, 2021). Seiring dengan digemarinya e-commerce alat pembayaran digital pun juga digemari misalnya mobile banking, terlebih didukung dengan basis pembayaran e-commerce yang bisa menggunakan mobile banking,

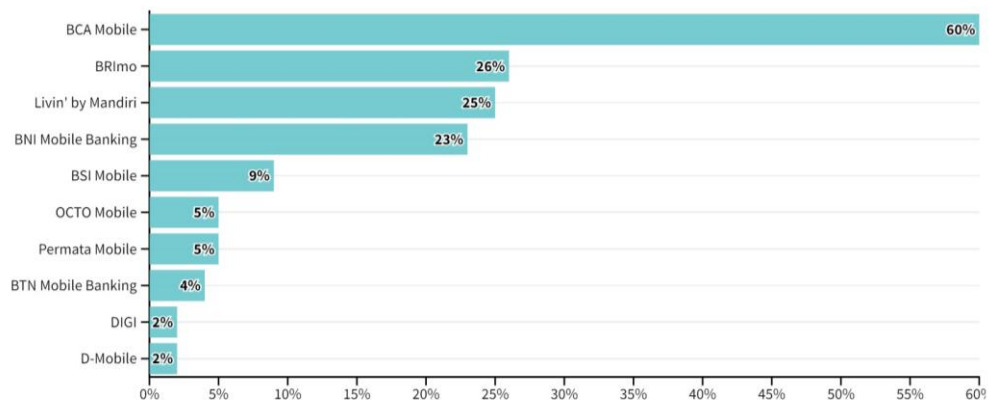
Penggunaan e-commerce yang semakin meningkat salah satunya dipengaruhi oleh pembayaran digital yang mudah dan cepat (Sfenrianto et al., 2019). Perbankan menciptakan teknologi baru berupa digitalisasi perbankan dalam bentuk mobile banking yang merupakan upaya untuk menyelaraskan terhadap perkembangan teknologi. Layanan di mobile banking memungkinkan nasabahnya untuk transaksi melalui handphone tanpa datang ke bank, masyarakat lebih memilih menggunakan mobile banking yang efisien tanpa harus mengantri di bank, cukup dengan mengoperasikan melalui handphone miliknya (Bancin & Jannah, 2022).

Pada pertengahan tahun 2021 transaksi elektronik meningkat sebesar 19,1% (www.kominfo.go.id). Pada tahun 2022 sebanyak 59,9 juta orang telah menggunakan mobile banking dan diperkirakan akan terus meningkat. Bank Syariah Indonesia juga membuat BSI Mobile Banking yang bertujuan untuk mempermudah nasabahnya melakukan transaksi dalam keadaan apapun. Layanan BSI Mobile memiliki berbagai fitur, diantaranya transfer uang, top up e-wallet, pembayaran e-commerce dan lain-lain (Sodik et al., 2022).

Mobile banking berperan penting bagi perkembangan e-commerce, tanpa adanya mobile banking transaksi pada e-commerce tidak akan berjalan. Seperti penelitian oleh (Bădîrcea et al., 2022), yang mengungkapkan bahwa mobile banking berpengaruh terhadap perkembangan e-commerce berikutnya. Mobile banking berperan sebagai platform pembayaran untuk penjualan dan pembelian barang melalui e-commerce.

Banyak platform e-commerce yang bekerjasama dengan mobile banking untuk kemudahan transaksi, misalnya BSI Mobile dengan Tokopedia, Shopee, Blibli, Bukalapak, dan JD.ID bekerjasama saat milad BSI dengan memberikan diskon untuk pembelian barang pada e-commerce tersebut (www.bankbsi.co.id).

BSI sebagai perbankan yang baru terbentuk karena adanya merger tiga bank, peningkatan jumlah pengguna BSI Mobile Banking sangat signifikan, pada tahun 2021 mencapai 2,5 juta pengguna. Transaksi mobile banking sampai pertengahan tahun 2021 mencapai 95,13 triliun rupiah (bankbsi.co.id), transaksi pada mobile banking mencapai 46,6 juta transaksi yang didominasi untuk pembayaran e-commerce (antaranews.com). Saat ini transaksi pada BSI sudah 95% beralih ke mobile banking (bankbsi.co.id).



Gambar 1. 2 Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Diminati Di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Hasil survey Populix (<https://goodstats.id/>)

Dari hasil survey tersebut menggambarkan BSI Mobile menempati urutan kelima sebagai aplikasi mobile banking yang paling banyak penggunanya di Indonesia. Artinya bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan BSI Mobile untuk melakukan transaksinya.

Banyaknya pengguna BSI Mobile, tidak sedikit yang yang mengalami kendala. Sistem aktivasi yang rumit dan sangat detail sangat menyusahakan nasabah. Menurut penilaian pengguna BSI Mobile pada Play Store, banyak dari pengguna yang mengalami kendala saat aktivasi, baik itu saat verifikasi wajah maupun verifikasi melalui sms. Nasabah melakukan verifikasi wajah berulang kali namun selalu gagal dan muncul keterangan aktivasi belum berhasil (<https://play.google.com/>).

Aplikasi BSI Mobile terjamin keamanannya, namun hal itu justru mempersulit bagi penggunanya dalam melakukan transaksi. Tidak hanya menginput PIN, sebelum melakukan transaksi atau saat kita akan mencari menu

yang akan kita gunakan, pengguna harus menginput kata sandi yang telah dibuat sebelumnya. Bagi pengguna tentu saja hal itu sangat mempersulit dan memperlama proses transaksi. Selain itu, menu-menu pada BSI Mobile yang terlalu banyak dan susah dicari juga mempersulit nasabah. Seperti yang dialami oleh pengguna BSI Mobile pada penilaian di Play Store yang mengatakan “Terlalu banya opsi di menu. Mau nambahin daftar rekening favorit transfer aja gak nemu gimana caranya”. Selain itu juga ada yang mengatakan “Awalnya enak kok lama-lama makin susah. Biasanya kalau transfer kesesama BSI tinggal klik tranksaksi terbaru, sekarang ga bisa”. (<https://play.google.com/>).

Kegagalan proses transaksi juga sering terjadi di BSI Mobile, seperti transaksi error, kegagalan transfer, kegagalan isi token pulsa, dan kegagalan pembayaran e-commerce. Bahkan ada pengguna yang mengalami kegagalan transaksi namun saldonya tetap terpotong dan tidak terdaftar di mutasi sehingga tidak bisa membuat bukti dan itu terjadi lebih dari sekali. Tentu sangat merugikan nasabah (<https://play.google.com/>).

Kegagalan transaksi juga sering dialami oleh pengguna BSI mobile ketika akan melakukan pembayaran e-commerce. Seperti yang dialami oleh salah satu pengguna BSI Mobile untuk pembayaran Bukalapak, “ Saya menggunakan BSI Mobile untuk membayar transaksi saya di Bukalapak, namun gagal dan saldo saya tetap terpotong” (<https://mediakonsumen.com>). Selain itu, ada juga pengguna Doku yang mengalami kegagalan transaksi berulang kali “ Astaghfirullah bayar Doku gabisa terus” (<https://play.google.com/>).

Penelitian ini menggunakan teori *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT), karena UTAUT dapat menjelaskan 70% untuk mengukur niat dan perilaku dalam menggunakan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tingkat penggunaan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce diukur dengan model UTAUT dan apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi. Untuk menganalisis bagaimana niat dan perilaku penggunaan teknologi, dipengaruhi oleh variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan (Pohan et al., 2023).

Penelitian ini akan dilaksanakan Di Kabupaten Boyolali, karena masyarakat di Kabupaten Boyolali sebagian besar berusia produktif dan mengikuti perkembangan teknologi, hal ini didukung dengan perubahan perilaku masyarakat saat ini yang sudah beralih melakukan aktivitas belanja secara online dan pembayaran juga melalui mobile banking. Di Boyolali terdapat gudang pusat distribusi Shopee Express, yang memungkinkan masyarakat lebih akrab dengan belanja di e-commerce. Sehingga perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile untuk transaksi pada e-commerce.

Dari uraian latar belakang dan permasalahan diatas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai “**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce (Studi Kasus Masyarakat Di Kabupaten Boyolali)**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Sistem aktivasi yang rumit dan sangat detail sangat menyusahakan nasabah. Banyak dari pengguna yang mengalami kendala saat aktivasi, baik itu saat verifikasi wajah maupun verifikasi melalui sms. Nasabah melakukan verifikasi wajah berulang kali namun selalu gagal dan muncul keterangan aktivasi belum berhasil.
2. Sistem keamanan yang justru mempersulit nasabah karena tidak hanya menginput PIN saja, melainkan juga menginput kata sandi untuk melihat sub menu selanjutnya.
3. Menu-menu yang banyak dan sangat detail menyusahakan bagi nasabah ketika akan melakukan transaksi.
4. Transaksi sering error, kegagalan transfer dan pembayaran namun saldo teteap terpotong.
5. Kegagalan proses transaksi untuk pembayaran e-commerce, bahkan saldo tetap terpotong.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harapan kinerja berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?

2. Apakah harapan usaha berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?
3. Apakah pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?
4. Apakah kondisi fasilitas berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?
5. Apakah motivasi hedonis berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?
6. Apakah nilai harga berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?
7. Apakah kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh harapan kinerja terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertansaksi e-commerce.
2. Mengetahui pengaruh harapan usaha terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.
3. Mengetahui pengaruh sosial terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.
4. Mengetahui pengaruh kondisi fasilitas terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

5. Mengetahui pengaruh motivasi hedonis terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.
6. Mengetahui pengaruh nilai harga terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.
7. Mengetahui pengaruh kebiasaan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

1.5. Batasan Penelitian

Penelitian ini fokus menganalisis pada faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Terkait dengan luasnya permasalahan dan waktu serta keterbatasan penelitian ini, sehingga penelitian dibatasi pada harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan sebagai variabel independen (X) dan penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce sebagai variabel dependen (Y). Peneliti mengambil sampel pada masyarakat Di Kabupaten Boyolali.

1.6. Jadwal Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan pada bulan Desember 2022 sampai bulan Mei 2023.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulis membuat sistematika penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas dan menyeluruh mengenai penelitian ini yang terdiri dari lima bab yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab pendahuluan menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI, bab landasan teori menjelaskan BSI mobile banking, teori UTAUT, dan e-commerce. Dilanjutkan uraian penelitian terdahulu yang relevan dan kerangka berfikir.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN, bab metodologi menjelaskan jenis penelitian, populasi dan sampel dalam penelitian beserta teknik pengambilannya, variabel penelitian, sumber data, metode pengumpulan dan analisis data dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, hasil penelitian dan pembahasan menguraikan gambaran umum penelitian, deskripsi data penelitian, hasil analisis data pengujian model pengukuran, dan pengujian hipotesis serta pembahasan permasalahan penelitian.

BAB V PENUTUP, bab penutup menjelaskan kesimpulan penelitian, penerapan penelitian dan kontribusi teori, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1.Landasan Teori

2.1.1. *Unified Theory of Acceptance adn Use of Technology* (UTAUT)

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah teori yang menjelaskan niat dan perilaku nasabah terhadap penerimaan teknologi informasi (Ramadhanti, 2022), dalam teori UTAUT terdapat 4 variabel untuk mengukurnya yaitu harapan kinerja, harapan usaha, penagruh sosial, dan kondisi fasilitas. Selanjutnya untuk UTAUT2 adalah perluasan dari UTAUT dengan menambah variabel motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan. Berikut penjelasan setiap variabelnya menurut Vankatesh (2003) dalam (Ramadhanti, 2022):

1. Harapan kinerja

Untuk mengukur kepercayaan nasabah dalam menggunakan teknologi untuk membantu kegiatan sehari-hari secara lebih efektif dan efisien.

2. Harapan usaha

Tingkat upaya penggunaan dalam teknologi yang dirasakan nasabah.

3. Pengaruh sosial

Dorongan dari orang lain yang sudah menggunakan teknologi tersebut sehingga dapat menarik minat seorang nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut.

4. Kondisi fasilitas

Memungkinkan sejauh mana nasabah percaya terhadap pengaruh dan dukungan organisasi yang ada untuk mendukung penggunaan teknologi.

5. Motivasi Hedonis

Untuk mengetahui kesenangan yang diperoleh nasabah saat menggunakan teknologi. Apabila nasabah merasa senang menggunakan suatu teknologi maka tidak akan berganti ke teknologi yang lain.

6. Nilai harga

Mengukur antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan nasabah saat menggunakan teknologi tersebut. Agar nasabah tetap menggunakan teknologi maka manfaat harus lebih besar dibanding biaya yang harus dikeluarkan.

7. Kebiasaan

Kebiasaan nasabah dalam menggunakan teknologi setelah melakukan pembelajaran.

Dari variabel- variabel yang telah dijelaskan Vankatesh (2003), maka indikator-indikator yang dalam variabel diatas yaitu:

1. Harapan kinerja:

a. Kegunaan, kegunaan yang diperoleh nasabah dalam menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

- b. Kecepatan, bagaimana teknologi tersebut dapat mempercepat pekerjaan nasabah.
 - c. Produktivitas, peningkatan produktivitas kerja nasabah ketika menggunakan teknologi.
2. Harapan usaha:
- a. Kerumitan, kesulitan yang dirasakan nasabah saat menggunakan teknologi.
 - b. Kemudahan penggunaan, kemudahan yang dirasakan saat menggunakan teknologi.
3. Pengaruh sosial:
- a. Faktor sosial, pengaruh individu atau nasabah lain di dekat nasabah dalam penggunaan teknologi.
 - b. Norma subjektif, pengaruh individu atau nasabah yang penting yang berhubungan dengan nasabah terhadap penggunaan teknologi.
4. Kondisi fasilitas:
- a. Sumber, sumber dari luar yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan teknologi.
 - b. Kesesuaian, mengukur bagaimana suatu teknologi dianggap konsisten dengan value, kebutuhan, dan pengalaman.
5. Motivasi hedonis
- a. Kesenangan, tingkat kesenangan yang diperoleh nasabah saat menggunakan teknologi.

- b. Ketertarikan, ketertarikan nasabah dalam menggunakan teknologi.
6. Nilai harga
- a. Wajar/ masuk akal, sistem dalam teknologi memiliki harga yang masuk akal.
 - b. Sebanding, manfaat yang diperoleh sebanding dengan harga yang harus dibayar.
7. Kebiasaan
- a. Kecanduan, kecanduan nasabah untuk terus menggunakan teknologi.
 - b. keharusan, perasaan keharusan nasabah untuk menggunakan teknologi.

2.1.2. BSI Mobile Banking

Mobile banking merupakan transaksi perbankan melalui media seluler baik dalam aplikasi m-banking maupun aplikasi bawaan operator (ojk.go.id). Sedangkan menurut Ikatan Bankir Indonesia (2014:115), mobile banking adalah layanan perbankan yang dapat digunakan langsung melalui telepon seluler dengan menggunakan sms. Mobile banking adalah layanan dari bank untuk nasabahnya yang memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi menggunakan perangkat smartphome (Owusu Kwateng et al., 2019), sehingga lebih mudah mendapatkan informasi tanpa harus mengantre di bank (Alam, Hendratmi, Santika Wati, et al., 2022).

Penggunaan smartphone yang terus meningkat dan gaya hidup masyarakat yang semakin berkembang, sangat mempengaruhi terhadap perkembangan mobile banking (Shankar & Jebarajakirthy, 2020). Dalam perbankan, layanan mobile banking saat ini telah berkembang secara signifikan dan berpotensi untuk melakukan layanan perbankan secara online, pengguna mobile banking dapat melakukan aktivitas perbankan seperti melihat saldo, melihat transaksi, transfer, melakukan pembayaran tagihan, investasi, dan melakukan pinjaman (Chawla & Joshi, 2019).

Dampak positif adanya mobile banking bagi nasabah yaitu nasabah dapat melakukan transaksi lebih mudah, sedangkan dampak bagi bank adalah bank dapat memberikan keuntungan seperti mendapat lebih banyak nasabah dan meningkatkan kepercayaan nasabah (Fadillah, 2021).

Selain itu, mobile banking memiliki berbagai fungsi diantaranya (Widya Santi, 2021) :

1. Pengecekan saldo dan riwayat transaksi perbankan.
2. Pembayaran transaksi keuangan.
3. Memberikan informasi letak ATM atau kantor cabang terdekat.
4. Memberikan laporan aktivitas keuangan.
5. Pemberitahuan tentang aktivitas penggunaan transaksi keuangan.
6. Layanan pembayaran tagihan secara elektronik.

Penggunaan mobile banking yang terus meningkat memiliki manfaat antara lain (ojk.go.id):

1. Praktis, tidak perlu membawa uang tunai dan aman karena menggunakan PIN.
2. Memudahkan transaksi tanpa harus datang ke bank, cukup menggunakan telephone seluler yang memiliki akses internet.

Dalam menggunakan mobile banking, nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya (Fadillah, 2021):

1. Keamanan sistem mobile banking

Nasabah menuntut kepada bank untuk memberikan keamanan transaksi melalui mobile banking agar terjamin, karena keamanan bertransaksi menjadi faktor utama nasabah menggunakan mobile banking.

2. Kemudahan website untuk diakses

Semakin mudah nasabah dalam mengakses mobile banking dapat meningkatkan sikap nasabah dalam bertransaksi.

3. Privasi pengguna

Nasabah yang bertransaksi menggunakan mobile banking tentu saja menginginkan privasi untuk melindungi dari oknum yang menyalahgunakan.

4. Keandalan layanan

Transaksi menggunakan mobile banking tanpa batas waktu yakni 24 jam.

5. Kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan

Perbankan dengan kredibilitas tinggi sangat diminati nasabah untuk melakukan transaksi mobile banking.

BSI Mobile Banking adalah saluran distribusi BSI untuk mengakses rekening nasabah dengan menggunakan teknologi smartphone (www.bankbsi.co.id). Pengguna BSI Mobile banking pada tahun 2022 mencapai 4,07 juta user (www.bankbsi.co.id). Namun angka tersebut masih jauh dari pengguna mobile banking milik konvensional, dalam survey yang dilakukan oleh Populix, BSI Mobile menempati urutan ke lima aplikasi mobile banking yang banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2022 (<https://goodstats.id>).

Keunggulan yang dimiliki BSI Mobile adalah (www.bankbsi.co.id):

1. Sahabat finansial

Dalam mengatur keuangan dengan fitur finansial menjadi mudah seperti transaksi terjadwal dan manajemen kartu

2. Sahabat spiritual

Layanan keislaman seperti lokasi masjid, waktu sholat, dan arah kiblat.

3. Sahabat sosial

Berbagi dengan orang lain melalui fitur berbagi-Ziswaf.

Calon nasabah dapat melakukan aktivasi BSI Mobile banking dengan cara (www.bankbsi.co.id):

1. Aktivasi setelah berhasil buka rekening online secara langsung.

2. Aktivasi di BSI Call 14040.
3. Aktivasi pada kantor cabang terdekat.
4. Registrasi dan aktivasi BSI Mobile dengan verifikasi face recognition (smartphone android).

Aktivasi BSI Mobile dengan verifikasi face recognition dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (www.bankbsi.co.id):

1. Membuka aplikasi BSI Mobile
2. Lalu tekan sudah memiliki rekening dan aktivasi
3. Isi data diri sesuai di bank
4. Kode OTP akan terisi, jika belum terisi cek SMS dari BSI Mobile
5. Masukkan PIN BSI Mobile
6. Verifikasi wajah sesuai instruksi
7. Buatlah kata sandi dari huruf dan angka
8. BSI Mobile sudah dapat digunakan

BSI Mobile Banking menyediakan berbagai fitur-fitur yang memudahkan bagi nasabahnya diantaranya (bsimobile.co.id):

1. Info rekening

Fitur ini untuk melihat semua informasi transaksi, info saldo, info portofolio, dan registrasi rekening BSI Mobile nasabah

2. Transfer

Fitur ini digunakan untuk mengirim antar rekening BSI maupun rekening lain, dan dapat juga untuk QRIS.

3. Pembayaran

Fitur ini untuk melakukan pembayaran berbagai kebutuhan seperti pembayaran PLN, PDAM, BPJS, e-commerce, internet, asuransi, dan lainnya.

4. Pembelian

Fitur ini menyediakan transaksi pembelian berbagai kebutuhan, misalnya pulsa, paket data, token listrik, dan top up e-wallet.

5. QRIS

Dengan rekening yang dimiliki, nasabah dapat melakukan transaksi dengan mudah menggunakan scan QRIS.

6. E-mas

Fitur e-mas memungkinkan nasabah untuk melakukan pembelian, penjualan, transfer, dan tarik fisik emas. Sedangkan gadai emas merupakan fasilitas untuk memenuhi dana jangka pendek.

7. Tarik tunai

Memberikan kemudahan untuk penarikan uang tunai tanpa menggunakan kartu.

8. Favorit

Fitur ini untuk menyimpan transaksi yang sering digunakan, seperti transfer, pembayaran, pembelian, Ziswaf, dan sebagainya.

Penggunaan BSI Mobile untuk transaksi terutama e-commerce berarti bahwa nasabah tertarik menggunakan teknologi BSI Mobile untuk melakukan pencarian informasi yang memudahkan untuk transaksi e-commerce dan digunakan secara terus menerus (Nursiah et al., 2022). Menurut Venkatesh dalam (Ramadhanti, 2022), indikator untuk mengukur penggunaan BSI Mobile untuk transaksi di e-commerce yaitu:

1. Niat perilaku

Minat dalam memanfaatkan mobile banking sebagai keinginan nasabah untuk menggunakan secara terus menerus.

2. Perilaku menggunakan

Frekuensi nasabah dalam menggunakan mobile banking yang didasari oleh persepsi bahwa mobile banking dapat memudahkan transaksi pembayaran.

3. Kepercayaan yang dirasakan

Nasabah merasa percaya dan yakin terhadap keamanan dalam bertransaksi di mobile banking.

2.1.3. E-commerce

Sejarah e-commerce

Pada tahun 1960 transaksi e-commerce dilakukan dengan memanfaatkan primitive computer network, yaitu melalui EDI (Electronic Data Interchange). Jaringan ini untuk mengirimkan dokumen antar mesin pada perusahaan lain. Pertukaran data pada tahun 1970 membuka jalan adanya e-commerce modern.

Pada tahun 1979 Michael Aldrich asal Inggris memperkenalkan belanja online dengan cara menghubungkan ke TV (www.stekom.ac.id).

Pada tahun 1980 Michel memasarkan sistem belanja tersebut ke berbagai negara. Pada tahun ini hanya universitas dan bisnis yang mempunyai komputer untuk melakukan penelitian. Pada tahun 1982, Boston Computer Exchange mulai memperkenalkan e-commerce dan menjadi perusahaan pertama yang memperkenalkan e-commerce. E-commerce tersebut digunakan sebagai tempat orang untuk menjual komputer. Pada tahun 1984, CompuServe memperkenalkan Electronic Mall yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi dengan lebih dari 100 orang penjual (stekom.ac.id).

Pada tahun 1992, Charles Stack memperkenalkan Book Stacks Unlimited, yaitu toko buku online pertama di dunia. Pada tahun 1994, Marc dan Jim Clark menciptakan Netscape Navigator atau alat penelusuran, yang menampilkan protokol keamanan untuk semua transaksi. Selama tahun 1990an Netscape menjadi browser yang paling umum digunakan. Pada tahun 1995, Jeff Bezos memperkenalkan Amazon sebagai salah satu e-commerce dan Pierre memperkenalkan AuctionWeb. Keduanya melayani jual beli lintas negara (stekom.ac.id).

Sampai saat ini, e-commerce banyak mengalami perkembangan dan terus bermunculan e-commerce baru yang semakin beragam dan memudahkan pembeli dalam melakukan transaksi (stekom.ac.id)

E-commerce memiliki banyak pengertian dari para ahli, diantaranya (<https://bbs.binus.ac.id>):

1. Menurut Loudon (1998), e-commerce adalah transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual dan pembeli secara elektronik dari perusahaan ke perusahaan lain dengan menggunakan komputer sebagai perantara.
2. Menurut Kalakota dan Whinston (1997), e-commerce adalah belanja online dengan transfer uang digital melalui jaringan internet.
3. Menurut Jony Wong, e-commerce adalah jual beli dan pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik.
4. Menurut Vermaat, e-commerce adalah transaksi bisnis yang terjadi dalam internet, siapapun yang memiliki jaringan internet dapat menggunakan e-commerce.

Sehingga dapat disimpulkan, e-commerce adalah transaksi jual beli barang menggunakan jaringan internet yang dapat diakses oleh siapapun dan kapanpun. Dengan adanya e-commerce diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan teknologi informasi untuk melakukan transaksi bisnis yang dapat menciptakan dan meningkatkan hubungan penjual dengan pembeli (idtesis.com).

Penggunaan e-commerce sangat bermanfaat bagi konsumen untuk kehidupan sehari-sehari antara lain (kemendag.go.id):

1. Konsumen dapat berbelanja dengan mudah tanpa batasan waktu.

2. Konsumen dapat membeli produk dkualitas baik dengan harga yang sesuai kantong.
3. Pembeli dapat membeli produk dengan biaya lebih mudah dan murah dengan membandingkan antar toko atau antar e-commerce.
4. Konsumen dapat membeli produk yang berada di luar negri tanpa harus ke luar negri.

Penggunaan e-commerce oleh suatu perusahaan bertujuan meningkatkan keuntungan secara efektif dan efisien, selain itu penggunaan aplikasi e-commerce juga berujuan sebagai berikut (kemendag.go.id):

1. Adanya e-commerce memungkinkan perusahaan menjual produknya kepada konsumen secara luas.
2. Adanya e-commerce, perusahaan tidak perlu membuka cabang penjualan di daerah lain.
3. Adanya e-commerce dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan, karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk membuka cabang.
4. Dengan keuntungan yang meningkat dapat menekan harga produk agar semakin banyak konsumen yang tertarik.

Kegiatan e-commerce meliputi banyak hal, berdasarkan karakteristiknya e-commerce dibedakan menjadi dua yaitu (kemendag.go.id):

1. Business to business

Dilakukan oleh pihak yang saling berkepentingan bisnis, keduanya saling mengenal dan mengetahui proses bisnis yang dilakukan. Biasanya dilakukan secara berkelanjutan karena kedua pihak saling menguntungkan dan percaya.

2. Business to consumer

Bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen, produsen hanya memasarkan produk dan konsumen hanya sebagai pembeli. Misal, produsen menjual produk ke konsumen secara online.

3. Consumer to consumer

Dilakukan antara konsumen dengan konsumen, konsumen suatu produsen menjual kembali produk ke konsumen lainnya.

4. Consumer to bussiness

Dilakukan antara konsumen dengan produsen, misalnya konsumen memberi tahu detail produk yang diinginkan secara online kepada produsen, produsen yang mengetahui permintaan tersebut akan menawarkan produk yang diinginkan konsumen

Dengan berbagai kemudahan diatas, e-commerce juga memiliki dampak negatif bagi kita, diantaranya (idtesis.com):

1. Potensi penipuan dimana seseorang kehilangan karena kecurangan dari pihak lain.

2. Potensi pencurian data dan informasi rahasia.
3. Potensi terjadinya kerugian akibat gangguan sistem.
4. Potensi terjadinya akses yang dilakukan orang lain dengan membobol.
5. Potensi kerugian karena kesalahan manusia yang disengaja ataupun tidak dalam sistem elektronik.

Bank Syariah Indonesia melalui BSI Mobile, mengadakan kerja sama dengan e-commerce diantaranya (www.bankbsi.co.id):

1. Bukalapak
2. Tokopedia
3. Shopee
4. Doku
5. BUMDes
6. Bhinneka
7. BliBli

2.2. Penelitian Yang Relevan

Tabel 2. 1 Hasil penelitian terdahulu

No.	Peneliti	Tahun	Judul	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian
1.	Asep Tio Wahyudi	2021	Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan mobile banking terhadap minat bertransaksi e-commerce	Metode <i>simple random sampling</i> dengan sampel mahasiswa perbankan syariah FEBI tahun 2018-2019 IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan dan kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap terhadap minat mahasiswa bertransaksi menggunakan e-commerce. Sedangkan variabel kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi e-commerce. Secara simultan variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan memengaruhi minat mahasiswa bertransaksi e-commerce sebesar 53% (Wahyudi, 2021).
2.	Santosh Parakh, Prakash Ukhalkar, dan Leena Sanu	2021	Digital wallet dan mobile banking adoption among Rural Bank customer	Metode <i>simple random sampling</i> dengan sampel 300 pelanggan dari daerah pedesaan di negara bagian Maharashtra India	Keamanan, kepercayaan, dan keakraban memiliki dampak signifikan pada adopsi perbankan seluler. (Parakh et al., 2021)
3.	Tessa Angelina	2022	Faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam	Sampel nasabah yang terdaftar sebagai pengguna Mobile banking BSI,	Faktor keamanan dan ketepatan ada berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan bank syariah (Angelina, 2022).

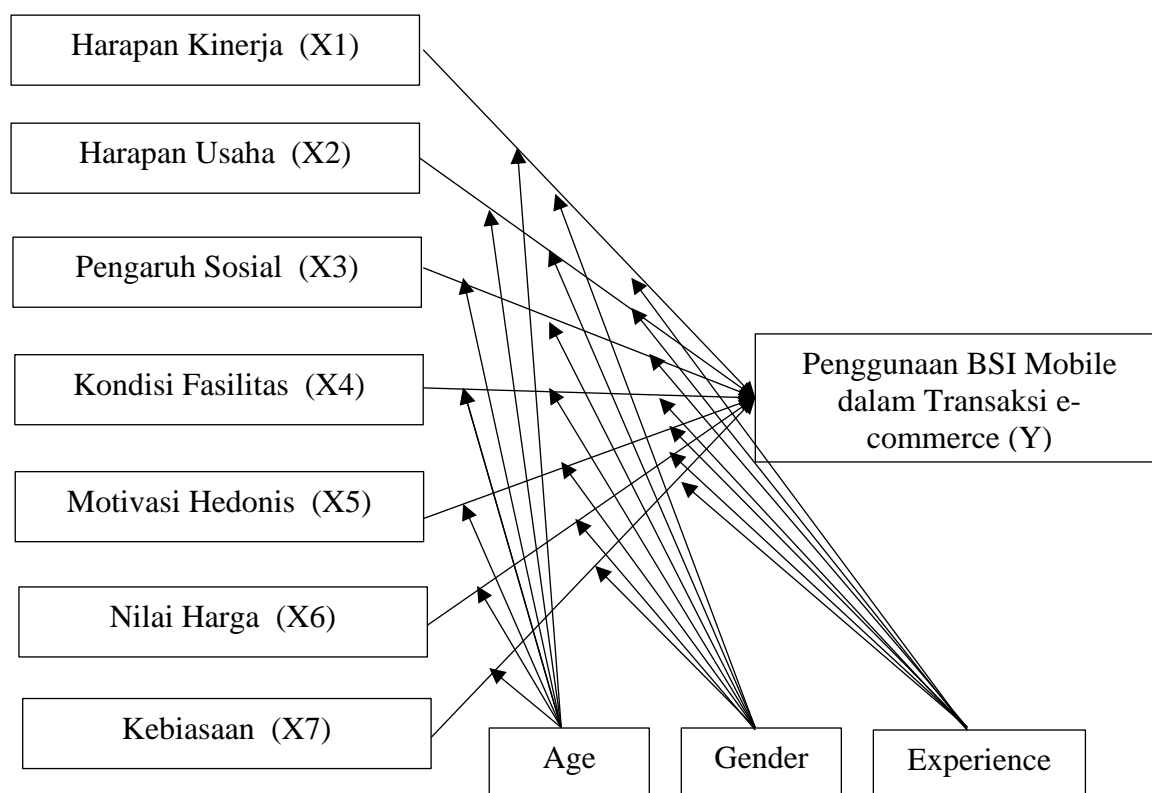
			menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Indonesia, tbk	Tbk KCP Stabat	
4.	Zuliani dan Nisa Ayu Purwati	2021	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel pengguna mobile banking pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Aceh Darussalam Kota Banda Aceh	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan mobile banking meliputi persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, persepsi resiko, persepsi biaya, dan persepsi kepatuhan syariah (Zuliani & Purwati, 2021).
5.	Nursiah, Muh. Ferils, dan Jamaludin Kamarudin	2022	Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel nasabah BRI Kabupaten Mamuju Tengah	Dari ketiga variabel bebas yang digunakan yaitu kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi keamanan, ketiganya berpengaruh terhadap minat dalam menggunakan mobile banking (Nursiah et al., 2022)
6.	Rifkha Annisa Nirmala Adialul Fikri dan Zaki Baridwan	2020	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Pengguna E-Commerce Tokopedia Untuk Melakukan Pembelian Online	Metode <i>convenience sampling</i> dengan sampel mahasiswa aktif S1 akuntansi syariah FEB Universitas Brawijaya angkatan 2016, 2017, 2018, dan 2019	Hasil penelitian menunjukkan kepercayaan, keamanan, dan reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap minat individu dalam menggunakan e-commerce Tokopedia (Fikri & Baridwan, 2020).

7.	Syawal Asri Febri Susanti	2018	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-commerce Lazada	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel Mahasiswa S1 Manajemen STIE KBP Padang tahun 2016.	Hasil penelitian menunjukkan Variabel kepercayaan, manfaat yang dirasakan, persepsi kemudahan, dan risiko berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada e-commerce Lazada (Asri & Susanti, 2018).
8.	Phuong Viet Le- Hoang	2021	Intention To Use M-Banking Application: An Empirical Study In Ho Chi Minh City	Metode <i>convenience sampling</i> dengan sampel pengguna mobile banking di Kota Ho Chi Minh	Hasil penelitian menunjukkan ada enam faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan mobile banking diantaranya kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas (Le-Hoang, 2021).
9.	Ali Tarhini, Ali Abdallah Alalwan, Ahmad Bahjat Shammout, dan Ali Al- Badi	2019	An Analysis Of The Factors Affecting Mobile Commerce Adoption In Developing Countries	Metode <i>convenience sampling</i> dengan sampel pengguna perdagangan Omanim e-commerce.	Hasil penelitian menunjukkan niat perilaku konsumen terhadap adopsi e-commerce secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga dan kondisi yang memfasilitasi (Tarhini et al., 2019).
10.	Elvira Audry Ramadhanti	2022	Analisis Tingkat Pengukuran Penggunaan Terhadap Aplikasi BSI Mobile	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel Pengguna BSI Mobile di Jabodetabek	Hasil penelitian menunjukkan faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile adalah harapan kinerja, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, nilai harga dan kebiasaan, sedangkan harapan usaha dan motivasi hedonis tidak berpengaruh (Ramadhanti,

			Menggunakan UTAUT2		2022)
11.	Muhammad Ilham Mandrata dan Yudi Sutarso	2019	Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan, motivasi, dan Risiko Terhadap Niat Perilaku pada Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel pengguna mobile banking Bank Mandiri Di Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan manfaat yang dirasakan dan keunggulan berpengaruh positif terhadap niat perilaku, sedangkan kompabilitas dan motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan mobile banking (Mandrata & Sutarso, 2019)
12.	Royan Sendika Utama	2021	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah Di Indonesia	Metode <i>purposive sampling</i> dengan sampel pengguna mobile banking syariah minimal 1 bulan.	Hasil penelitian menunjukkan harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, motivasi hedonis, nilai harga, dan tidak berpengaruh terhadap niat dalam menggunakan mobile banking syariah. Sedangkan kondisi fasilitas, kebiasaan, dan nilai syariah berpengaruh (Utama, 2021).

2.3. Kerangka Penelitian

Kerangka berpikir dalam penelitian bertujuan untuk mendiskripsikan variabel penelitian secara operasional dan menunjukkan hubungan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Berdasarkan teori UTAUT2 dan hasil penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan, maka kerangka berpikir digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Model UTAUT (Ramadhanti, 2022)

Berdasarkan kerangka berpikir tersebut, terdapat tujuh variabel independen (X) yaitu harapan kinerja (X1), harapan usaha (X2), pengaruh sosial (X3), kondisi fasilitas (X4), motivasi hedonis (X5), nilai harga (X6), dan kebiasaan (X7). Variabel dependen (Y) yaitu penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

2.4. Pengembangan Hipotesa

Berdasarkan kerangka berpikir diatas maka didapat hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Pengaruh harapan kinerja terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Harapan kinerja adalah kepercayaan nasabah dalam menggunakan teknologi untuk membantu kegiatan sehari-hari secara lebih efektif dan efisien (Pohan et al., 2023), indikator-indikator pada harapan kinerja antara lain *usefulness*, *quickness*, dan *productivity* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Zuliani & Purwati, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi persepsi kemudahan, keamanan, risiko, biaya, dan kepatuhan syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan (Nursiah et al., 2022) menghasilkan bahwa faktor kemudahan, manfaat, dan keamanan mempengaruhi penggunaan mobile banking.

Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Ramadhanti, 2022) menyatakan bahwa harapan kinerja

berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce.

H₁ : Harapan kinerja berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

2. Pengaruh harapan usaha terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Harapan usaha adalah tingkat upaya penggunaan dalam teknologi yang dirasakan nasabah (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam harapan usaha yaitu *complexity* dan *ease of use* (binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Zuliani & Purwati, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi persepsi kemudahan, keamanan, risiko, biaya, dan kepatuhan syariah. Kemudian penelitian oleh (Nursiah et al., 2022) menghasilkan bahwa faktor kemudahan, manfaat, dan keamanan mempengaruhi penggunaan mobile banking.

Namun, penelitian yang dilakukan (Ramadhanti, 2022) yang menyatakan bahwa harapan usaha tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile banking dalam bertransaksi.

H₂ : Harapan usaha berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

3. Pengaruh sosial terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Pengaruh sosial adalah dorongan dari orang lain yang sudah menggunakan teknologi tersebut sehingga dapat menarik minat seorang nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam pengaruh sosial yaitu *social factor* dan *subjective norm* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Ramadhanti, 2022), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas (Le-Hoang, 2021).

Hal ini sejalan dengan penelitian (Ramadhanti, 2022) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

H3 : Pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap penggunaan BSI dalam bertransaksi e-commerce.

4. Pengaruh kondisi fasilitas terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Kondisi fasilitas adalah faktor untuk mengukur kepercayaan nasabah terhadap infrastruktur untuk mendukung penggunaan teknologi (Pohan et al., 2023), indikator-indikator untuk mengukurnya yaitu *resource* dan *compability* (binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Ramadhanti, 2022), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas (Le-Hoang, 2021). Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hal ini sesuai dengan penelitian oleh (Ramadhanti, 2022) yang menyatakan bahwa kondisi fasilitas berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

H4 : Kondisi fasilitas berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

5. Pengaruh motivasi hedonis terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Motivasi hedonis adalah kesenangan yang dirasakan nasabah ketika menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam motivasi hedonis yaitu kesenangan dan ketertarikan (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Namun penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh (Ramadhanti, 2022), menyatakan motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

H5 : Motivasi hedonis berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

6. Pengaruh nilai harga terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertansaksi e-commerce.

Nilai harga adalah seberapa besar keuntungan yang diperoleh dibanding dengan tarif yang dikeluarkan nasabah (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam nilai harga yaitu *reasonable* dan *worth* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Sejalan dengan penelitian (Ramadhanti, 2022) yang menyatakan bahwa nilai harga berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

H6 : Nilai harga berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

7. Pengaruh kebiasaan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Kebiasaan adalah kebiasaan nasabah dalam menggunakan teknologi setelah melakukan pembelajaran (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam kebiasaan yaitu *addictiveness* dan *must* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ramadhanti, 2022) yang menyatakan bahwa kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

H7 : Kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan, dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif umumnya menggunakan proses pengumpulan data, analisis, interpretasi data, dan penulisan hasil-hasil penelitian (Untung, 2019). Data yang diperoleh berupa angka, bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat dan analisis yang digunakan dalam analisis statistik (Wahidmurni, 2017). Menggunakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner atau angket.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Boyolali. Waktu untuk melaksanakan penelitian ini pada bulan Februari 2023 sampai dengan Mei 2023.

3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi penelitian adalah wilayah general yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Garaika & Darmanah, 2019). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah Masyarakat di Kabupaten Boyolali yang menggunakan BSI Mobile.

3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih menggunakan teknik pengambilan sampel dan harus mencerminkan keadaan populasi (Hardani et al., 2020). Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow dengan cara:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

z = nilai standar (1,96)

p = maksimal estimasi

d = alpha (0,10)

Berdasarkan rumus tersebut maka jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 0,5(1-0,5)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 96 responden.

3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *non probability sampling* dipilih peneliti untuk melakukan penelitian ini, dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik yang digunakan dengan cara tidak setiap individu dalam populasi mendapat kesempatan untuk terpilih (Priadana & Sunarsi, 2021). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*, yaitu penarikan sampel melalui pemilihan subjek berdasarkan kriteria yang ditetapkan peneliti (Priadana & Sunarsi, 2021).

Dalam penelitian ini kriteria responden yang digunakan yaitu:

1. Masyarakat di Kabupaten Boyolali
2. Berusia 18-45 tahun
3. Pengguna BSI Mobile yang pernah melakukan transaksi commerce.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Agar variabel penelitian dapat dimengerti dengan jelas maka diperlukan pembatasan pengertian. Variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel		Definisi	Indikator
Variabel independen	Harapan kinerja	Mengukur kepercayaan nasabah dalam menggunakan teknologi untuk kegiatan sehari-hari (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. kegunaan 2. kecepatan 3. produktivitas

	Harapan usaha	Tingkat upaya penggunaan dalam teknologi yang dirasakan nasabah (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. kerumitan 2. kemudahn penggunaan
	Pengaruh sosial	Dorongan dari orang lain yang sudah menggunakan teknologi tersebut sehingga dapat menarik minat seorang nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. faktor sosial 2. norma subjektif
	Kondisi fasilitas	Faktor untuk mengukur kepercayaan nasabah terhadap sumber daya dan dukungan organisasi untuk mendukung penggunaan teknologi (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. sumber 2. kesesuaian
	Motivasi hedonis	Kesenangan yang diperoleh nasabah saat menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. kesenangan 2. ketertarikan
	Nilai harga	Seberapa besar manfaat yang diperoleh dibanding dengan biaya yang harus dikeluarkan nasabah (Pohan et al., 2023).	(www.binus.ac.id) 1. wajar/masuk akal 2. sebanding
	Kebiasaan	Kebiasaan nasabah dalam menggunakan eknologi setelah melakukan pembelajaran (Pohan	(www.binus.ac.id) 1. kecanduan 2. keharusan

		et al., 2023).	
Variabel dependen	Penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce	Ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce (Nursiah et al., 2022).	(www.binus.ac.id) 1. niat perilaku 2. perilaku menggunakan 3. kepercayaan yang dirasakan

3.5. Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data keseluruhan responden atau sumber sudah terkumpul. Kegiatannya adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel, mentabulasi data, dan melakukan pengujian untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah dan menguji hipotesis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS 25, dengan menggunakan uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda dan uji hipotesis (Hermawan & Amirullah, 2016).

1. Uji Instrumen Data

Suatu instrument dapat dikatakan layak diteliti apabila sudah memenuhi kriteria seperti validitas dan reliabilitas, sehingga dilakukan pengujian dengan cara:

a. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat ketepatan instrument pengukur penelitian. Nilai r dan signifikansi dapat dilihat pada tabel "Correlations". Uji validitas dihitung dengan membandingkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikansi 5% maka pernyataan valid atau kuisioner sudah benar (Setyawan, 2022).

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan terhadap variabel yang valid. Dengan menggunakan taraf signifikansi 6% (0,06), nilai cronbach alpha dapat dilihat dalam tabel “Reliability Statistics”. Apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,06 maka pernyataan dinyatakan reliabel (Setyawan, 2022).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas, digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau mendekati normal. Uji dapat dilakukan dengan membandingkan P value (Asymp.Sig) dengan) 0.05. Nilai Asymp.Sig dapat dilihat pada tabel “One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test”. Apabila P value > 0.05 maka data yang di uji terdistribusi normal dan dapat dilanjutkan untuk menganalisa data selanjutnya. Atau dengan cara menggunakan grafik P-Plot. Apabila penyebaran titik mengikuti garis diagonal atau disekitar diagonal maka data terdistribusi normal. Namun jika jauh dari arah garis atau mengikuti diagonal maka data tidak terdistribusi normal (Nihayah, 2019).

b. Uji multikolinieritas, hubungan linear sempurna atau mendekati antar variabel independen dalam regresi. Apabila nilai variance inflation factor (VIF) < 10 maka model

terbebas dari masalah multikolinearitas. Nilai VIF dapat dilihat pada tabel “Coefficients^a” (Nihayah, 2019).

- c. Uji heteroskedastisitas, untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varian dapat dilihat dari grafik lot. Jika plot membentuk pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas. Jika plot tidak membentuk pola tertentu seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y maka mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas. Atau dengan melihat nilai Sig pada tabel “Coefficients”. Apabila nilai Sig $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model. Model regresi yang baik adalah plot yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Nihayah, 2019).

3. Uji Ketetapan Model

- a. Uji F simultan, digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Nilai F_{hitung} dan tingkat Signifikansi dapat dilihat pada tabel “ANOVA”. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau tingkat signifikansinya $< 0,05$ maka menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap terikat (Nihayah, 2019).
- b. Uji koefisien determinasi (R^2), mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menerangkan variabel dependen.

Nilai R square dapat dilihat dalam tabel “ Model Summary” kemudian di konversikan dalam bentuk (%) (Nihayah, 2019).

4. Analisa Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah model persamaan yang menjelaskan hubungan satu variabel dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3,.....Xn). Bertujuan untuk memprediksi nilai Y apabila nilai variabel independennya diketahui dan untuk mengetahui arah hubungannya (Nihayah, 2019). Rumus persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = konstanta

B_n = koefisien

X_n = variabel independen ke- n

Nilai a, b1, b2, b3, dan seterusnya dapat dilihat pada tabel “Coefficients^a”

Dalam penelitian ini, persamaan regresi yang menjadi model adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi di e-commerce

a = Konstanta

b	= Koefisien
X ₁	= Harapan kinerja
X ₂	= Harapan usaha
X ₃	= Pengaruh sosial
X ₄	= Kondisi fasilitas
X ₅	= Motivasi hedonis
X ₆	= Nilai harga
X ₇	= Kebiasaan

5. Uji Hipotesis

Uji t parsial, digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Nilai signifikansi terdapat pada tabel “ANOVA”. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi < 0.05 artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen (Nihayah, 2019).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Gambaran umum penelitian

BSI Mobile banking berperan penting bagi perkembangan e-commerce. Dengan adanya BSI Mobile diharapkan dapat memudahkan transaksi e-commerce dengan efektif dan efisien serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Penggunaa BSI Mobile untuk e-commerce berperan sebagai alat pembayaran dalam transaksi. Menurut penelitian yang Bădîrcea et al (2022), mobile banking berpengaruh terhadap perkembangan e-commerce berikutnya.

Dalam transaksinya tak jarang BSI Mobile sering mengalami kendala seperti error, kegagalan transfer, kegagalan pembayaran saat transaksi e-commerce (<https://play.google.com/>). Selain itu, menu-menu pada BSI Mobile yang sangat detail dan harus menginput kata sandi ketika akan membuka sub menu membuta nasabah merasa kesulitan (<https://play.google.com/>).

Penggunaan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya faktor-faktor pada teori UTAUT, karena indikator pada teori UTAUT dapat menjelaskan dan mengukur niat dan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (BSI Mobile). Faktor-faktor pada teori UTAUT yaitu: harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan (Pohan et al., 2023).

Penelitian ini akan dilaksanakan Di Kabupaten Boyolali, karena masyarakat di Kabupaten Boyolali sebagian besar berusia produktif dan mengikuti perkembangan teknologi, hal ini didukung dengan perubahan perilaku masyarakat saat ini yang sudah beralih melakukan aktivitas belanja secara online dan pembayaran juga melalui mobile banking. Di Boyolali terdapat gudang pusat distribusi Shopee Express, yang memungkinkan masyarakat lebih akrab dengan belanja di e-commerce. Sehingga perlu diadakan penelitian untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile untuk transaksi pada e-commerce.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada masyarakat di Kabupaten Boyolali. Menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan kriteria yang ditentukan. Data kemudian dianalisis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 25.

4.1.2. Karakteristik responden

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Karakteristik dapat dibedakan menjadi:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	43	37,4	37,4	37,4

Perempuan	72	62,6	62,6	100,0
Total	115	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa penelitian ini terdiri dari 43 responden laki-laki dengan persentase 37,4% dan 72 responden perempuan dengan persentase 62,6%.

2. Karakteristik responden berdasarkan usia

Karakteristik dapat dibedakan menjadi:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	18-25 tahun	68	59,1	59,1	59,1
	26-30 tahun	20	17,4	17,4	76,5
	31-35 tahun	7	6,1	6,1	82,6
	36-40 tahun	9	7,8	7,8	90,4
	41-45 tahun	11	9,6	9,6	100,0
Total		115	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 68 dengan persentase 59,1%, responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 20 dengan persentase 17,4%, responden yang berusia 31-35 tahun sebanyak 9 dengan persentase 7,8%, dan responden yang berusia 41-45 tahun sebanyak 11 dengan persentase 9,6%.

3. Karakteristik responden berdasarkan kecamatan

Karakteristik dapat dibedakan menjadi:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

		Kecamatan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Selo	2	1,7	1,7	1,7
	Ampel	7	6,1	6,1	7,8
	Musuk	4	3,5	3,5	11,3
	Cepogo	7	6,1	6,1	17,4
	Boyolali	8	7,0	7,0	24,3
	Mojosongo	7	6,1	6,1	30,4
	Teras	9	7,8	7,8	38,3
	Banyudono	7	6,1	6,1	44,3
	Sawit	6	5,2	5,2	49,6
	Sambi	3	2,6	2,6	52,2
	Ngemplak	6	5,2	5,2	57,4
	Simo	3	2,6	2,6	60,0
	Nogosari	4	3,5	3,5	63,5
	Wonosamudro	6	5,2	5,2	68,7
	Tamansari	4	3,5	3,5	72,2
	Gladagsari	4	3,5	3,5	75,7
	Wonosegoro	4	3,5	3,5	79,1
	Klego	6	5,2	5,2	84,3
	Andong	4	3,5	3,5	87,8
	Kemusu	4	3,5	3,5	91,3
Karanggede	7	6,1	6,1	97,4	
Juwangi	3	2,6	2,6	100,0	
Total		115	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa responden yang berdomisili di kecamatan Teras sebanyak 9 dengan persentase 7,8%, berdomisili di kecamatan Boyolal sebanyak 8 dengan presentase 7%, berdomisili di kecamatan Ampel, Cepogo, Mojosongo, Banyudono, dan Karanggede masing-masing sebanyak 7 dengan persentase 6,1%,

berdomisili di kecamatan Sawit, Ngemplak, Wonosamudro, dan Klego masing-masing sebanyak 6 dengan persentase 5,2%, berdomisili di kecamatan Musuk, Nogosari, Tamansari, Gladagsari, Wonosegoro, Andong, dan Kemusu masing-masing sebanyak 4 dengan persentase 3,5%, berdomisili di kecamatan Sambu, Simo, dan Juwangi masing-masing sebanyak 3 dengan persentase 2,6%, berdomisili di kecamatan Selo sebanyak 2 dengan persentase 1,7%.

4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Karakteristik dapat dibedakan menjadi:

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Mahasiswa/i	52	45,2	45,2	45,2
	Karyawan swasta	27	23,5	23,5	68,7
	Wiraswata	17	14,8	14,8	83,5
	Lainnya	19	16,5	16,5	100,0
	Total	115	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menjadi mahasiswa/i sebanyak 52 dengan persentase 45,2%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 27 dengan persentase 23,5%, yang bekerja sebagai wiraswata sebanyak 17 dengan persentase 14,8%, dan yang bekerja selain pekerjaan yang dicantumkan di kuisisioner sebanyak 19 dengan persentase 16,5%.

4.2. Hasil dan Analisis Data

4.2.1. Uji instrumen data

Suatu instrumen dikatakan baik apabila sudah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, sehingga kuisisioner ini dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui kelayakan pertanyaan tersebut. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

a. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur kevalidan intrument / pertanyaan kuisisioner penelitian. Untuk mengukurnya dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Nilai r tabel dapat dicari dengan rumus $df = N-2$, N adalah jumlah sampel dengan alpha 0,05 dan tingkat signifikansi uji dua arah. Dalam penelitian ini didapat $df = 83-2$ atau $df= 81$, jadi nilai r tabel = 0,2159. Butir pertanyaan pada kuisisioner dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Hasil uji validitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil uji validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Harapan Kinerja (X1)	1	0,907	0,2159	Valid
	2	0,878	0,2159	Valid
	3	0,856	0,2159	Valid
Harapan Usaha (X2)	1	0,919	0,2159	Valid
	2	0,945	0,2159	Valid
Pengaruh Sosial (X3)	1	0,877	0,2159	Valid
	2	0,885	0,2159	Valid
Kondisi Fasilitas (X4)	1	0,922	0,2159	Valid
	2	0,897	0,2159	Valid

Motivasi Hedonis (X5)	1	0,947	0,2159	Valid
	2	0,943	0,2159	Valid
Nilai Harga (X6)	1	0,918	0,2159	Valid
	2	0,929	0,2159	Valid
Kebiasaan (X7)	1	0,958	0,2159	Valid
	2	0,962	0,2159	Valid
Penggunaan BSI Mobile (Y)	1	0,883	0,2159	Valid
	2	0,842	0,2159	Valid
	3	0,919	0,2159	Valid
	4	0,898	0,2159	Valid
	5	0,871	0,2159	Valid
	6	0,776	0,2159	Valid

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Tabel diatas merupakan hasil perhitungan uji validitas yang diujikan pada 83 responden sebelum dilanjutkan untuk menyebarkan hingga 100 responden, pada setiap butir pertanyaan di variabel Harapan Kinerja (X1), Harapan Usaha (X2), Pengaruh Sosial (X3), Kondisi Fasilitas (X4), Motivasi Hedonis (X5), Nilai Harga (X6), Kebiasaan (X&), dan Penggunaan BSI Mobile (Y) mempunyai nilai r hitung > 0,2159. Sehingga pertanyaan dalam kuisisioner dapat dipakai dalam penelitian ini untuk menganalisis selanjutnya.

b. Uji reliabilitas

Tabel 4. 6 Hasil uji reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harapan Kinerja (X1)	0,855	Reliabel
Harapan Usaha (X2)	0,841	Reliabel
Pengaruh Sosial (X3)	0,711	Reliabel
Kondisi Fasilitas (X4)	0,788	Reliabel
Motivasi Hedonis (X5)	0,88	Reliabel

Nilai Harga (X6)	0,827	Reliabel
Kebiasaan (X7)	0,914	Reliabel
Penggunaan BSI Mobile (Y)	0,933	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan hasil olah data, dapat dianalisis bahwa variabel harapan kinerja memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,855 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka variabel harapan kinerja bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel harapan kinerja konsisten. Variabel harapan usaha memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,841 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka variabel harapan usaha bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel harapan usaha konsisten.

Variabel pengaruh sosial memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,711 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka variabel pengaruh sosial bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel pengaruh sosial konsisten. Variabel kondisi fasilitas memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,788 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka variabel kondisi fasilitas bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel kondisi fasilitas konsisten. Variabel motivasi hedonis memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,880 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka variabel motivasi hedonis bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai kondisi fasilitas konsisten.

Variabel nilai harga memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,827 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka dapat disimpulkan bahwa variabel nilai harga bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai nilai harga konsisten. Variabel kebiasaan memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,914 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka dapat disimpulkan bahwa variabel kebiasaan bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel kebiasaan konsisten.

Variabel penggunaan BSI Mobile memiliki *cronbach's alpha* sebesar $0,933 > 0,06$ (taraf signifikansi), maka dapat disimpulkan bahwa variabel penggunaan BSI Mobile bersifat reliabel yang artinya jawaban responden terhadap pertanyaan mengenai variabel penggunaan BSI Mobile konsisten.

4.2.2. Uji asumsi klasik

- a. Uji normalitas, pengujian ini untuk menguji data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan statistik non parametric kolmogrov-smirnov dan analisis grafik dan plot. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data dapat dikatakan terdistribusi normal. Hasil uji normalitas menggunakan SPSS 25 sebagai berikut:

1. Dengan uji non parametric kolmogrov-smirnov

Untuk menentukan hasil dapat dilihat jika nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil uji non parametric kolmogrov-smirnov:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

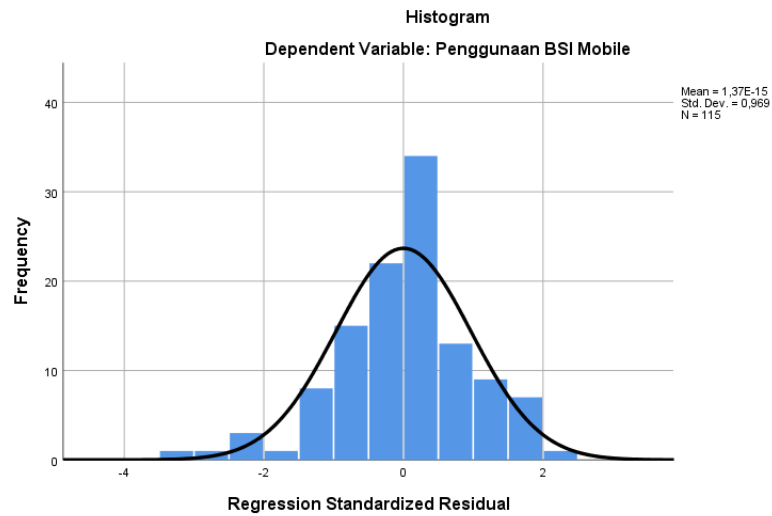
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78518379
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,078
	Negative	-,082
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,056 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Pada tabel diatas diperoleh hasil uji kolmogrov-smirnov dengan nilai signifikansi $0,056 > 0,05$ yang berarti bahwa data dalam penelitian terdistribusi normal.

2. Dengan histogram

Dengan menggunakan Histogram Regression Standarized Residual, jika pada gambar membentuk lonceng maka data terdistribusi normal. Berikut gambar histogram regression standarized residual:



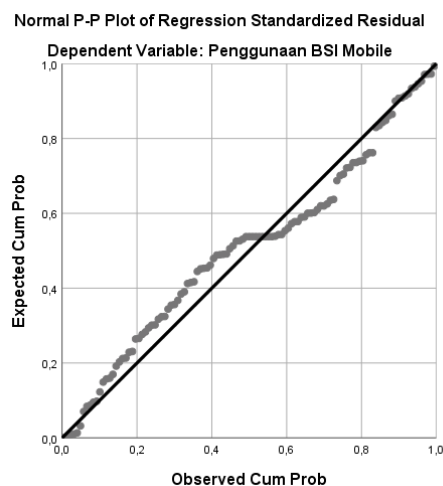
Gambar4. 1 Hasil Uji Normalitas Dengan Histogram

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Berdasarkan gambar diatas, histogram membentuk kurva lonceng, maka data dapat dikatakan terdistribusi normal.

3. Dengan scatter plot

Data dapat dikatakan terdistribusi normal apabila sebaran plot mendekati garis diagonal.



Gambar4. 2 Hasil Uji Normalitas Dengan Scatterplot

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Gambar diatas menunjukkan bahwa penyebaran plot disekitar garis diagonal. Menujukkan bahwa data terdistribusi normal.

- b. Uji multikolinearitas, dilakukan untuk mengetahui hubungan antara model regresi dengan variabel independen. Uji multikolinearitas menggunakan nilai VIF, jika nilai VIF < 10 maka model terbebas dari masalah kolinearitas. Jika nilai tolerance $> 0,1$, maka model terbebas dari masalah kolinearitas. Berikut hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 25:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harapan kinerja	,724	1,381
	Harapan usaha	,675	1,482
	Pengaruh sosial	,824	1,214
	Kondisi fasilitas	,580	1,724
	Motivasi hedonis	,562	1,780
	Nilai harga	,708	1,413
	Kebiasaan	,620	1,612

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel multikolinearitas diatas dapat disimpulkan:

1. Variabel harapan kinerja (X1) memiliki nilai tol $0,724 > 0,1$ dan nilai VIF $1,381 < 10$, maka variabel harapan kinerja terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).

2. Variabel harapan usaha (X2) memiliki nilai tol $0,675 > 0,1$ dan nilai VIF $1,482 < 10$, maka variabel harapan usaha terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).
3. Variabel pengaruh sosial (X3) memiliki nilai tol $0,824 > 0,1$ dan nilai VIF $1,214 < 10$, maka variabel pengaruh sosial terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).
4. Variabel kondisi fasilitas (X4) memiliki nilai tol $0,580 > 0,1$ dan nilai VIF $1,724 < 10$, maka variabel kondisi fasilitas terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).
5. Variabel motivasi hedonis (X5) memiliki nilai tol $0,562 > 0,1$ dan nilai VIF $1,780 < 10$, maka variabel motivasi hedonis terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).
6. Variabel nilai harga (X6) memiliki nilai tol $0,708 > 0,1$ dan nilai VIF $1,413 < 10$, maka variabel nilai harga terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).
7. Variabel kebiasaan (X7) memiliki nilai tol $0,620 > 0,1$ dan nilai VIF $1,612 < 10$, maka variabel kebiasaan terhindar dari masalah kolinearitas diantara variabel independen (X).

c. Uji heteroskedastisitas

Untuk menguji dalam model regresi terdapat persamaan atau perbedaan varian yang dapat diuji dengan uji glejser dan grafik scatterplot. Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas. Jika scatterplot tidak membentuk pola dan titik menyebarnya di atas atau dibawah sekitar angka 0 pada sumbu y maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Berikut uji heteroskedastisitas menggunakan uji glejser:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,717	1,299		3,632	,000
	Harapan kinerja	-,192	,103	-,192	-1,863	,065
	Harapan usaha	-,137	,115	-,128	-1,194	,235
	Pengaruh sosial	-,153	,080	-,184	-1,902	,060
	Kondisi fasilitas	,096	,121	,091	,792	,430
	Motivasi hedonis	-,017	,123	-,016	-,138	,891
	Nilai harga	,148	,111	,252	2,413	,139
	Kebiasaan	-,047	,081	-,055	-,578	,564

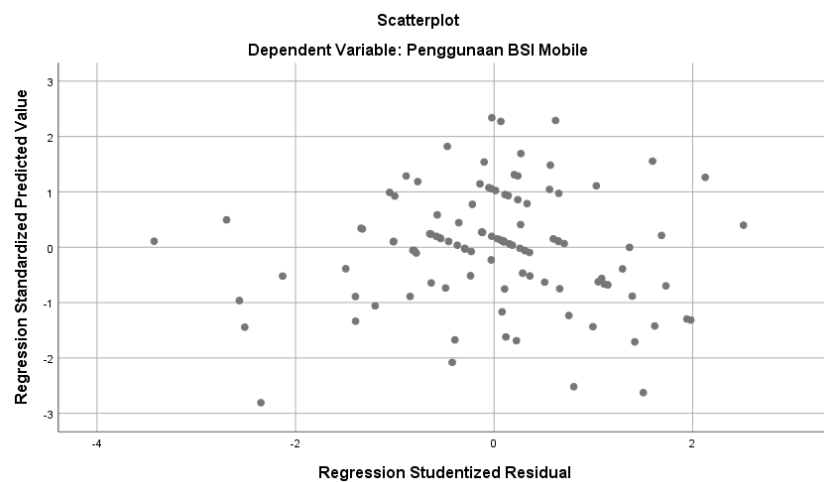
a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan:

1. Variabel harapan kinerja (X1) memiliki nilai sig. 0,065 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Variabel harapan usaha (X2) memiliki nilai sig. 0,235 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
3. Variabel pengaruh sosial (X3) memiliki nilai sig. 0,060 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Variabel kondisi fasilitas (X4) memiliki nilai sig. 0,430 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
5. Variabel motivasi hedonis (X5) memiliki nilai sig. 0,891 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
6. Variabel nilai harga (X6) memiliki nilai sig. 0,139 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
7. Variabel kebiasaan (X7) memiliki nilai sig. 0,564 > 0,05, maka variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa tidak beraturan dan tidak jelas, sebaran plot di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model.

4.2.3. Uji ketetapan model

a. Uji F simultan

Uji f simultan digunakan untuk mengetahui variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Jika $F_{hitung} > f_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka berpengaruh secara signifikan.

$$F_{hitung} = (k; n-k)$$

$$F_{hitung} = (7; 115 - 7)$$

$$F_{hitung} = (7; 108)$$

$$F_{hitung} = 2,10$$

Berikut tabel hasil uji F simultan:

Tabel 4. 10 Hasil Uji F Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	620,413	7	88,630	26,823	,000 ^b
	Residual	353,553	107	3,304		
	Total	973,965	114			

Sumber : Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel nilai $F_{hitung} 26,823 > 2,10$ dan nilai $sig. 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) yaitu harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan terhadap variabel dependen yaitu penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce, berpengaruh secara simultan.

b. Uji koefisien determinasi (R square)

Uji koefisien determinasi mengukur kemampuan model dapat menerangkan variabel dependen. Uji R square dapat dilihat dari nilai *R square*, semakin tinggi maka semakin naik kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel (Y). Berikut tabel hasil uji R square:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,637	,613	1,818

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai R square sebesar 0,637. Berarti bahwa harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi fasilitas, motivasi hedonis, nilai harga, dan kebiasaan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh sebesar 63,7% terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce, sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar faktor-faktor yang diteliti oleh peneliti.

4.2.4. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi nilai variabel dependen (Y) apabila nilai variabel independennya diketahui dan untuk mengetahui arah hubungannya. Berikut hasil analisis linear berganda:

Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,434	2,074		1,656	,101
	Harapan kinerja	,382	,164	,159	2,325	,022
	Harapan usaha	,104	,183	,040	,566	,573
	Pengaruh sosial	,293	,128	,146	2,281	,025
	Kondisi fasilitas	-,112	,193	-,045	-,582	,562
	Motivasi hedonis	,692	,196	,274	3,532	,001
	Nilai harga	-,159	,177	-,062	-,900	,370
	Kebiasaan	1,158	,157	,547	7,400	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian 2023

Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

$$Y = 3,434 + 0,382 X_1 + 0,104 X_2 + 0,293 X_3 - 0,112 X_4 + 0,682 X_5 - 0,159 X_6 + 1,158 X_7 + e$$

Maka dapat diinterpretasikan hasil analisis regresi linear berganda:

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 3,434. Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang searah antara variabel X dan variabel Y. Jika semua variabel X bernilai 0, maka nilai variabel Y 3,434.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel harapan kinerja (X1) bernilai positif sebesar 0,382. Berarti jika harapan kinerja mengalami kenaikan

- 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan naik 0,382 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel harapan usaha (X2) bernilai positif sebesar 0,104. Berarti jika harapan usaha mengalami kenaikan 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan turun 0,104 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.
- d. Nilai koefisien regresi untuk variabel pengaruh sosial (X3) bernilai positif sebesar 0,293. Berarti jika pengaruh sosial mengalami kenaikan 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan naik 0,293 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.
- e. Nilai koefisien regresi untuk variabel kondisi fasilitas (X4) bernilai negatif sebesar 0,112. Berarti jika kondisi fasilitas mengalami kenaikan 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan turun 0,112 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.
- f. Nilai koefisien regresi untuk variabel motivasi hedonis (X5) bernilai positif sebesar 0,692. Berarti jika motivasi hedonis mengalami kenaikan 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan naik 0,692 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.
- g. Nilai koefisien regresi untuk variabel nilai harga (X6) bernilai negatif sebesar 0,159. Berarti jika nilai harga mengalami kenaikan 1, maka

penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan naik 0,159 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.

- h. Nilai koefisien regresi untuk variabel kebiasaan (X7) bernilai positif sebesar 1,158. Berarti jika kebiasaan mengalami kenaikan 1, maka penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce akan naik 1,158 jika variabel independen lainnya dianggap konstan.

4.2.5. Uji hipotesis

Uji t parsial, digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Jika nilai t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

T tabel = (0,05; n-k)

T tabel = (0,05; 115-7)

T tabel = (0,05;108)

T tabel = 1,98

Berikut hasil uji t parsial:

Tabel 4. 13 Hasil Uji T Parsial

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,434	2,074		1,656	,101
	Harapan kinerja	,382	,164	,159	2,325	,022
	Harapan usaha	,104	,183	,040	,566	,573
	Pengaruh sosial	,293	,128	,146	2,281	,025
	Kondisi fasilitas	-,112	,193	-,045	-,582	,562

Motivasi hedonis	,692	,196	,274	3,532	,001
Nilai harga	-,159	,177	-,062	-,900	,370
Kebiasaan	1,158	,157	,547	7,400	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

Sumber: Hasil Olah Data Penelitian (2023)

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Variabel Harapan Kinerja Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel harapan kinerja $2325 > 1,98$ dan nilai sig. variabel harapan kinerja (X1) $0,022 < 0,05$, maka berpengaruh positif dan signifikan antara variabel harapan kinerja terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

2. Variabel Harapan Usaha Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel harapan usaha $0,566 < 1,98$ dan nilai sig. variabel harapan usaha (X2) $0,573 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel harapan usaha terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

3. Variabel Pengaruh Sosial Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel pengaruh sosial $2,281 > 1,98$ dan nilai signifikansi variabel pengaruh sosial (X3) $0,025 < 0,05$, maka berpengaruh positif dan signifikan antara variabel pengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

4. Variabel Kondisi Fasilitas Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel kondisi fasilitas $-0,582 < 1,98$ dan nilai signifikansi variabel kondisi fasilitas (X4) $0,562 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel kondisi fasilitas terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

5. Variabel Motivasi Hedonis Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel motivasi hedonis $3,532 > 1,98$ dan nilai signifikansi variabel motivasi hedonis (X5) $0,001 < 0,05$, maka berpengaruh positif dan signifikan antara variabel motivasi hedonis terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

6. Variabel Nilai Harga Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel nilai harga $-0,900 < 1,98$ dan nilai signifikansi variabel nilai harga (X6) $0,370 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara variabel nilai harga terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

7. Variabel Kebiasaan Terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce

Nilai T hitung variabel kebiasaan $7,400 > 1,98$ dan nilai signifikansi variabel kebiasaan (X7) $0,000 < 0,05$, maka berpengaruh positif dan signifikan antara variabel kebiasaan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

4.3. Pembahasan dan Analisis

Analisis Pengaruh Harapan Kinerja, Harapan Usaha, Pengaruh Sosial, Kondisi Fasilitas, Motivasi Hedonis, Nilai Harga, Dan Kebiasaan terhadap Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-commerce

1. Harapan Kinerja terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Harapan kinerja adalah kepercayaan nasabah dalam menggunakan teknologi untuk membantu kegiatan sehari-hari secara lebih efektif dan efisien (Pohan et al., 2023), indikator-indikator pada harapan kinerja antara lain *usefulness*, *quickness*, dan *productivity* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Zuliani & Purwati, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi persepsi kemudahan, keamanan, risiko, biaya, dan kepatuhan

syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan (Nursiah et al., 2022) menghasilkan bahwa faktor kemudahan, manfaat, dan keamanan mempengaruhi penggunaan mobile banking.

Hasil uji t variabel harapan kinerja terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan. Dapat dibuktikan dengan t hitung $2,325 > 1,98$ (ttabel) dan nilai signifikansi variabel harapan kinerja $0,022 < 0,05$.

Hasil analisis diatas menunjukkan variabel harapan kinerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Masyarakat menilai kinerja dari BSI Mobile sangat membantu mereka dalam pekerjaan dan kegiatan mereka sehari-hari terutama saat bertransaksi di e-commerce. Dengan adanya BSI Mobile, nasabah tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi e-commerce, dapat mengurangi mobilitas sehingga nasabah dapat melanjutkan kegiatan lainnya dengan produktif, sehingga dapat lebih efektif dan efisien. Diperkuat dengan hasil analisis pada penelitian ini, harapan usaha dapat mempengaruhi sebesar 2,325 dan pengaruhnya signifikan. Hampir 75% responden setuju bahwa BSI Mobile membantu mereka dalam kegiatan sehari-hari termasuk transaksi e-commerce.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Ramadhanti, 2022), yang menyatakan bahwa harapan kinerja berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

2. Harapan Usaha terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Harapan usaha adalah tingkat upaya penggunaan dalam teknologi yang dirasakan nasabah (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam harapan usaha yaitu *complexity* dan *ease of use* (binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Zuliani & Purwati, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi persepsi kemudahan, keamanan, risiko, biaya, dan kepatuhan syariah. Kemudian penelitian yang dilakukan (Nursiah et al., 2022) menghasilkan bahwa faktor kemudahan, manfaat, dan keamanan mempengaruhi penggunaan mobile banking.

Hasil uji t menyatakan bahwa harapan usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dapat dilihat bahwa nilai t hitung $0,566 < t$ tabel 1,98 dan nilai sig. variabel harapan usaha $0,573 > 0,05$.

Hasil analisis menunjukkan harapan usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Hal ini dikarenakan nasabah merasa kesulitan ketika menggunakan BSI Mobile saat transaksi. Pada penilaian aplikasi BSI

Mobile di Google Play Store, tidak sedikit nasabah yang merasa kesulitan menggunakan BSI Mobie. Seperti kesulitan saat verifikasi, kesulitan mencari sub menu karena letaknya sangat detail, selain itu sistem keamanan yang justru menyulitkan nasabah karena setiap akan membuka sub menu nasabah diminta untuk menginput kata sandi dan pin. Sehingga harapan usaha tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

Hasil penelitian ini sepemikiran dengan penelitian (Ramadhanti, 2022), bahwa harapan usaha tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI dalam bertransaksi e-commerce.

3. Pengaruh Sosial terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Pengaruh sosial adalah dorongan dari orang lain yang sudah menggunakan teknologi tersebut sehingga dapat menarik minat seorang nasabah untuk menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam pengaruh sosial yaitu *social factor* dan *subjective norm* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Ramadhanti, 2022), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi

kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas (Le-Hoang, 2021).

Hasil uji t, variabel pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dapat dibuktikan dengan penghitungan thitung $2,281 > 1,98$ ttabel dan nilai signifikansi variabel pengaruh sosial $0,025 < 0,05$.

Hasil analisis menyatakan pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Pengaruh dari orang terdekat sangat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan BSI Mobile saat transaksi e-commerce, baik dari orang terdekat maupun orang-orang penting seperti influencer-influencer yang merekomendasikan BSI Mobile yang diikuti nasabah. Karena nasabah dapat melihat secara langsung bagaimana BSI Mobile untuk bertransaksi e-commerce melalui orang terdekat mereka yang juga menggunakan. Nasabah yang merasa mudah dan mendapat keuntungan dengan menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce secara tidak langsung pasti akan merekomendasikan teman terdekatnya untuk menggunakan juga. Dari hasil penelitian sebanyak 45% setuju dan 20% sangat setuju, bahwa orang terdekat sangat mempengaruhi nasabah dalam menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce. Sehingga pengaruh sosial berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian (Ramadhanti, 2022), bahwa pengaruh sosial berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

4. Kondisi Fasilitas terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Kondisi fasilitas adalah faktor untuk mengukur kepercayaan nasabah terhadap infrastruktur untuk mendukung penggunaan teknologi (Pohan et al., 2023), indikator-indikator untuk mengukurnya yaitu *resource* dan *compability* (binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan, faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas (Le-Hoang, 2021). Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hasil uji t menunjukkan variabel kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dibuktikan dengan penghitungan t hitung $-0,582 < 1,98$ dan nilai sig. variabel kondisi fasilitas $0,562 > 0,05$.

Hasil analisa menunjukkan kondisi fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dikarenakan pengaruh dari orang lain yang tidak dekat dengan nasabah tidak mempengaruhi nasabah dalam menggunakan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dalam menggunakan BSI Mobile untuk transaksi, nasabah cenderung tidak mepedulikan pengaruh dari orang lain yang tidak dekat dengan nasabah. Banyak alat pembayaran e-commerce saat ini selain mobile banking, misalnya e-wallet dan sistem *cash on delivery* (COD). Kurangnya strategi marketing melalui iklan-iklan juga menjadi alasannya. Sehingga nasabah kurang mengetahui apa saja produk terbaru, diskon, atau casback yang diberikan BSI Mobile hari itu. Sehingga kondisi fasilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

Hasil ini sepemikiran dengan (Sulthan Muhammad Raihan, 2022), bahwa kondisi fasilitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi.

5. Motivasi Hedonis terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Motivasi hedonis adalah kesenangan yang dirasakan nasabah saat menggunakan teknologi tersebut (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam motivasi hedonis yaitu kesenangan dan ketertarikan (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hasil uji t menunjukkan variabel motivasi hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Dibuktikan dengan $t_{hitung} 3,532 > t_{tabel} 1,98$ dan nilai sig. variabel motivasi hedonis $0,001 < 0,05$.

Hasil analisa menunjukkan motivasi hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-

commerce. Dalam transaksinya BSI Mobile sering memberikan potongan harga dan cashback bagi nasabah yang melakukan transaksi di e-commerce, misalnya saat milad BSI Mobile memberikan diskon 10% bagi untuk transaksi pada Shopee dan mendapat cashback sebesar Rp 77.000 ditanggal kembar diseluruh e-commerce dengan minimal pembayaran. Nasabah merasa senang dan tertarik untuk setiap menggunakan BSI Mobile saat bertransaksi e-commerce. Sehingga motivasi hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Hasil penelitian ini sesuai dengan (Mandrata & Sutarso, 2019), bahwa motivasi hedonis berpengaruh positif terhadap penggunaan BSI Mobile

6. Nilai Harga terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Nilai harga adalah seberapa besar keuntungan yang diperoleh dibanding dengan tarif yang dikeluarkan nasabah (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam nilai harga yaitu *reasonable* dan *worth* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi

kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hasil uji t menyatakan variabel nilai harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce. Dibuktikan dengan t hitung $-0,900 < t$ tabel $1,98$ dan nilai sig. variabel nilai harga $0,370 > 0,05$.

Hasil analisa menunjukkan nilai harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce. Biaya admin yang harus dikeluarkan nasabah ketika akan bertransaksi e-commerce sebesar Rp 1000. Biaya admin yang tergolong murah ini tidak terlalu dipedulikan masyarakat. Terlebih banyak mobile banking lain yang juga menetapkan biaya admin Rp 1000, bahkan di pembayaran tertentu ada juga yang bebas biaya admin dengan fasilitas yang hampir sama. Walaupun tergolong murah, BSI Mobile akhir-akhir ini sering mengalami gangguan transaksi, banyak nasabah yang mengeluhkan BSI Mobile tidak bisa untuk pembayaran Shopee. Sehingga nilai harga tidak mempengaruhi penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

Hasil penelitian sepemikiran dengan (Utama, 2021), bahwa nilai tidak berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile.

7. Kebiasaan terhadap Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce

Kebiasaan adalah kebiasaan nasabah dalam menggunakan teknologi setelah melakukan pembelajaran (Pohan et al., 2023), indikator-indikator dalam kebiasaan yaitu *addictiveness* dan *must* (www.binus.ac.id).

Penggunaan BSI mobile dalam transaksi e-commerce adalah ketertarikan individu terhadap teknologi mobile banking untuk melakukan pencarian informasi dan memudahkan transaksi e-commerce. Menurut penelitian yang dilakukan (Le-Hoang, 2021), faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan mobile banking meliputi kemudahan penggunaan, persepsi kegunaan, kepercayaan, kinerja yang diharapkan, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan (Tarhini et al., 2019), faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan e-commerce antara lain kualitas informasi, kebiasaan, kinerja yang diharapkan, kepercayaan, motivasi hedonis, kualitas layanan, nilai harga, dan kondisi fasilitas.

Hasil uji t menunjukkan variabel kebiasaan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-

commerce. Dibuktikan dengan thitung $7,400 > 1,98$ dan nilai sig. variabel kebiasaan $0,000 < 0,05$.

Hasil analisa menunjukkan kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce. Dalam melakukan transaksi e-commerce nasabah merasa untuk selalu dan harus menggunakan BSI Mobile. Selain karena banyak potongan harga dan cashback, nasabah menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce karena BSI sudah sesuai syariat agama Islam. Sebelum membuat rekening tabungan BSI, kita diberi pilihan tabungan yaitu wadiah dan mudharabah. Memudahkan masyarakat dalam memilih tabungan. Walaupun sempat mengalami gangguan transaksi akhir-akhir ini, tidak sedikit nasabah yang tetap bertahan dan menunggu hingga BSI Mobile normal kembali, karena mereka tidak ingin riba. Sehingga kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pemikiran (Ramadhanti, 2022), bahwa kebiasaan berpengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam bertransaksi e-commerce.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil uji t hitung variabel harapan kinerja $2,325 > 1,98$ dan nilai sig. variabel harapan kinerja $0,022 < 0,05$, maka berpengaruh signifikan antara variabel harapan kinerja terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.
2. Hasil uji t hitung variabel harapan usaha $0,566 < 1,98$ dan nilai sig. variabel harapan usaha $0,573 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel harapan usaha terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.
3. Hasil uji t hitung variabel pengaruh sosial $2,281 > 1,98$ dan nilai sig. variabel pengaruh sosial $0,025 < 0,05$, maka berpengaruh signifikan antara variabel pengaruh terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.
4. Hasil uji t hitung variabel kondisi fasilitas $-0,582 < 1,98$ dan nilai sig. variabel kondisi fasilitas $0,562 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel kondisi fasilitas terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

5. Hasil uji t hitung variabel motivasi hedonis $3,532 > 1,98$ dan nilai sig. variabel motivasi hedonis $0,001 < 0,05$, maka berpengaruh signifikan antara variabel motivasi hedonis terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.
6. Hasil uji t hitung variabel nilai harga $-0,900 < 1,98$ dan nilai sig. $0,370 > 0,05$, maka tidak terdapat pengaruh antara variabel nilai harga terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.
7. Hasil uji t hitung variabel kebiasaan $7,400 > 1,98$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka berpengaruh signifikan antara variabel kebiasaan terhadap penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce.

5.2. Saran

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

1. Bagi pihak Bank BSI untuk menciptakan mobile banking yang mudah untuk dipelajari, menampilkan menu-menu yang simple dan mudah dijangkau, mengurangi pemberian kata sandi dan pin setiap membuka menu karena waktu menjadi tidak efektif dan efisien. Selain itu, BSI juga harus iklan pada media sosial karena saat ini hampir semua orang memiliki media sosial. BSI juga dapat memberikan promo atau diskon bagi setiap nasabah yang bertransaksi di e-commerce.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel lebih banyak dengan populasi yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Kurniawan. 2022. Hikmah Pandemi Covid-19 Dompot Digital Naik Daun. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-semarang/baca-artikel/14974/Hikmah-Pandemi-Covid-19-Dompot-Digital-Naik-Daun.html> . 8 November 2022
- Alam, A., Hendratmi, A., Santika Wati, M., & Hakim, L. (2022). The impact of mobile banking use on the Islamic financial institutional interest: A study in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, 17(3), 1–11. [https://doi.org/10.21511/bbs.17\(3\).2022.01](https://doi.org/10.21511/bbs.17(3).2022.01)
- Alam, A., Hendratmi, A., Wati, M. S., & Hakim, L. (2022). The impact of mobile banking use on the Islamic financial institutional interest: A study in Indonesia. *Bank Dan Sistem Bank*, 17(3), 0–12. [https://doi.org/10.21511/bbs.17\(3\).2022.01](https://doi.org/10.21511/bbs.17(3).2022.01)
- Alwendi. (2020). Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 317–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>
- Angelina, T. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Pada PT.Bank Syariah Indonesia, TBK KCP Stabat. *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 127–141. <https://doi.org/https://doi.org/10.56114/al-sharf.v3i2.310>
- Anggaranie, G. (2017). Perkembangan E-Commerce Berserta Klasifikasinya. *Junior Consultant Supply Chain Indonesia Perkembangan*.
- Asri, S., & Susanti, F. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pada E-commerce Lazada (Studi Pada Mahasiswa Jurusan S1 Manajemen “STIE KBP” Padang) Syawal. *INA-Rxiv Papers*.
- Bădîrcea, R. M., Manta, A. G., Florea, N. M., Popescu, J., Manta, F. L., & Puiu, S. (2022). E-Commerce and the Factors Affecting Its Development in the Age of Digital Technology: Empirical Evidence at EU–27 Level. *Sustainability (Switzerland)*, 14(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su14010101>
- Bancin, I. W. D., & Jannah, N. (2022). Analisis Minat Nasabah pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile dalam Pembayaran E-Commerce: Studi Kasus pada Mahasiswa UINSU. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(2), 1487–1499.
- Chawla, D., & Joshi, H. (2019). Scale Development and Validation for Measuring the Adoption of Mobile Banking Services. *Global Business Review*, 20(2), 434–457. <https://doi.org/10.1177/0972150918825205>
- Fadillah, N. N. (2021). Pengaruh Penggunaan Produk Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Melakukan Transaksi (Studi Kasus Pada BSI KC Bukittinggi Sudirman 1). In *Suparyanto dan Rosad* (Vol. 5, Issue 3). IAIN Bukittinggi.
- Fikri, R. A. N. A., & Baridwan, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Individu Pengguna E-Commerce Tokopedia Untuk Melakukan Pembelian Online. *Jurusan Akuntansi*, 21(1), 1–9.

- <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Hira Tech.
- Handayani, R., & Nilasari, I. (2021). Effect of Online Shopping on Consumptive Behavior in Pandemic Time Covid-19. *Turkish Journal Of Computer and Mathematics Education*, 12(8), 852–858.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., Auliya, N. H., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed., Issue March). CV. Pustaka Ilmu Group.
- Hendarsyah, D. (2019). E-commerce di Era Industri 4.0 dan Society 5.0. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 171–184. <https://doi.org/https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.170>
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif*.
- Hrustek, N. Ž., Mekovec, R., & Pihir, I. (2019). Developing and Validating Measurement Instrument For Various Aspects of Digital Economy: E-commerce, E-banking, E-work and E-employment. *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, 11(1), 50–67. <https://doi.org/10.4018/IJESMA.2019010104>
- Ispriyahadi, H., Wati, L. N., Saputra, W., Darwis, H., & Zaenudin, Z. (2022). Does Fintech Literation Affect Cashless Society and Individual Shopping Culture? *International Journal Of Trade and Finance*, 63–84.
- Le-Hoang, P. V. (2021). Intention To Use M-Banking Application: An Empirical Studi In Ho Chi Minh City. *Independent Journal of Management & Production*, 12(2), 637–653. <https://doi.org/10.14807/ijmp.v12i2.1256>
- Mandrata, M. I., & Sutarso, Y. (2019). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1501>
- Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan Data Penelitian Menggunakan Software SPSS 23.0*.
- Nursiah, Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 91–100. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i1.10711>
- Owusu Kwateng, K., Osei Atiemmo, K. A., & Appiah, C. (2019). Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(1), 118–151. <https://doi.org/10.1108/JEIM-03-2018-0055>
- Parakh, S., Ukhalkar, P., & Sanu, L. (2021). Digital Wallet and Mobile Banking Adoption Among Rural Bank Customer. *International Research Journal of Business Studies*, 13(3), 215–226. <https://doi.org/10.21632/irjbs.13.3.215-226>
- Pohan, R. N. A., Rokan, M. K., & Syarvina, W. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Pada Layanan BSI Mobile Dengan Menggunakan Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Manajemen Akuntansi*, 3(2), 798–806.

- Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Della (ed.); Vol. 21, Issue 1). Pascal Books. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203>
- Rahwanto, E., Komala, R., & Kom, S. (2020). E-Commerce Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi Covid-19 Sebagai Entrepreneur Modern Dan Penagruhnya Terhadap Bisnis Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Jumanis)*, 2(2), 111–124. <https://doi.org/10.47080>
- Ramadhanti, E. A. (2022). *Analisis Pengukuran Tingkat Penerimaan Pengguna Terhadap Aplikasi Mobile Banking BSI Mobile Menggunakan Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (UTAUT2)* (Vol. 2). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Setyawan, D. A. (2022). Buku Petunjuk Praktikum Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Pengumpulan Data Menggunakan SPSS. In *Www.Researchgate.Net* (Issue July).
- Sfenrianto, S., Hilda Oktavianni, J. M., Putra, H. P., & Khoerintus. (2019). User Perspective on External Value Creation Factors in Indonesia e-Commerce. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 10(7), 146–151. <https://doi.org/10.14569/ijacsa.2019.0100722>
- Shankar, A., & Jebarajakirthy, C. (2020). How do electronic word of mouth practices contribute to mobile banking adoption? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52(June 2019), 101920. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920>
- Sodik, F., Zaida, A. N., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI : Pendekatan TAM Dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>
- Soegoto, E. S., Christiani, A., & Oktafiani, D. (2018). Development of E-Commerce Technology in World of Online Business. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 407(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/407/1/012031>
- Sulthan Muhammad Raihan. (2022). *Analisis Penerimaan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi BSI Mobile Di DKI Jakarta Menggunakan Model UTAUT*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Tarhini, A., Alalwan, A. A., Shammout, A. B., & Al-Badi, A. (2019). An Analysis Of The Factors Affecting Mobile Commerce Adoption In Developing Countries. *Review of International Business and Strategy*, 29(3), 157–179. <https://doi.org/10.1108/RIBS-10-2018-0092>
- Untung, M. S. (2019). *Metodologi Penelitian Teori dan Praktik Riset Pendidikan dan Sosial* (A. Ta'rifin (ed.)). Litera.
- Utama, R. S. (2021). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah Di Indonesia* [Universitas Islam Indonesia]. https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/31947/16423062_Royan_Sendika_Utama.pdf?sequence=1
- Wahidmurni. (2017). *Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif*. 1–16.
- Wahyudi, A. T. (2021). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan*

- Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Bertransaksi E-Commerce (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Syekh Nurjati Cirebon)*
[IAIN Syekh Nurjati Cirebon].
<http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/5178>
- Widya Santi, D. (2021). *Layanan Jasa Mobile Banking pada Nasabah BRI Syariah (BSI) Bengkulu* [IAIN Bengkulu].
[http://repository.iainbengkulu.ac.id/7361/1/Deni Skripsi.pdf](http://repository.iainbengkulu.ac.id/7361/1/Deni%20Skripsi.pdf)
- Zuliani, & Purwati, N. A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah. *Serambi Konstruktivis*, 3(4), 243–249.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32672/konstruktivis.v3i4.4971>

LAMPIRAN

Lampiran Jadwal Penelitian

No	Bulan	Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				
		1	2	3	4	1	2	1	2	3	4	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	Konsultasi		X		X	X						X	X	X					X	X			X	X	X	X				
3	Revisi Proposal																	X	X											
4	Pengumpulan Data																			X	X									
5	Analisis data																					X	X							
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																					X	X							
7	Pendaftaran Munaqasah																									X				
8	Munaqasah						X																			X				
9	Revisi Skripsi							X	X																		X	X		

Lampiran Kuisisioner

KUISISIONER PENELITIAN

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN BSI MOBILE DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE

A. Profil Responden

Nama :

Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

18-25 tahun 26-30 tahun 31-35 tahun

36-40 tahun 41-45 tahun

Kecamatan :

Ngemplak Musuk Nogosari Wonosegoro

Tamansari Teras Ampel Mojosongo

Kemusu Klego Sambu Karanggede

Cepogo Selo Simo Andong

Banyudono Sawit Juwangi Gladagsari

Wonosamudro Boyolali

Pekerjaan :

Mahasiswa/i Wiraswasta Karyawan swasta Lainnya

B. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda (√) sesuai dengan tingkat kepentingan menurut pendapat Anda.
Keterangan nilai sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)

5. Sangat Setuju (ST)

C. Pertanyaan Kuisioner

1. Harapan kinerja

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	BSI Mobile membantu saya dalam melakukan transaksi di e-commerce					
2.	BSI Mobile dapat menghemat waktu saya pada saat melakukan transaksi di e-commerce					
3.	BSI Mobile dapat meningkatkan produktifitas saya					

2. Harapan usaha

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya tidak kesulitan bertransaksi e-commerce di BSI Mobile karena dapat dipelajari dengan mudah					
2.	Saya dapat melakukan transaksi e-commerce di BSI Mobile dengan mudah					

3. Pengaruh sosial

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya menggunakan BSI Mobile untuk transaksi di e-commerce karena orang terdekat saya juga menggunakan					
2.	Saya menggunakan BSI Mobile untuk transaksi di e-commerce karena banyak yang merekomendasikan, termasuk influencer-influencer.					

4. Kondisi fasilitas

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce karena pengaruh dari orang lain dan iklan yang ditawarkan di media sosial					
2.	Saya menggunakan BSI Mobile secara berulang karena sangat membantu saya untuk transaksi e-commerce					

5. Motivasi hedonis

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya merasa senang bertransaksi e-commerce di BSI Mobile					
2.	Saya tertarik menggunakan BSI Mobile untuk setiap transaksi di e-commerce					

6. Nilai harga

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Biaya admin untuk setiap transaksi e-commerce di BSI Mobile masih terjangkau					
2.	Fasilitas dan layanan BSI Mobile sebanding/ melebihi dengan biaya admin yang saya keluarkan untuk transaksi e-commerce					

7. Kebiasaan

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya selalu menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce					
2.	Saya harus menggunakan BSI Mobile untuk setiap transaksi di e-commerce.					

8. Penggunaan BSI Mobile

No.	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Saya berniat dan yakin menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce secara terus menerus					
2.	Saya akan menyarankan orang lain untuk menggunakan BSI Mobile setiap transaksi di e-commerce					
3.	Saya senang menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce kapanpun dan dimanapun					
4.	Saya selalu menggunakan BSI Mobile untuk setiap transaksi di e-commerce.					
5.	Saya yakin ketika menggunakan BSI Mobile untuk transaksi e-commerce dapat berjalan dengan lancar tanpa gangguan					
6.	Saya yakin menggunakan BSI Mobile untuk transaksi di e-commerce dapat dipastikan keamanannya					

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Kecamatan	Pekerjaan
1	Ryan Bayu Alvanu	Laki-laki	18-25 tahun	Banyudono	Lainnya
2	Wildan	Laki-laki	18-25 tahun	Boyolali	Lainnya
3	Widha	Laki-laki	18-25 tahun	Banyudono	Mahasiswa/i
4	Dinnia Fachriza Ulfa	Perempuan	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
5	Adinda Anggoro Wati	Perempuan	18-25 tahun	Teras	Lainnya
6	Fitria Rahmawati	Perempuan	18-25 tahun	Musuk	Mahasiswa/i
7	Rassadina	Perempuan	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
8	Risma Ayu	Perempuan	18-25 tahun	Boyolali	Lainnya
9	Achmad Lovi Andryanto	Laki-laki	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
10	Ajeng Ayunda	Perempuan	18-25 tahun	Ngemplak	Mahasiswa/i
11	Muhammad Hardin Rouf Ongkojie	Laki-laki	18-25 tahun	Teras	Karyawan swasta
12	Hanifah Asyifa	Perempuan	26-30 tahun	Banyudono	Karyawan swasta
13	Dewantika Putri	Perempuan	26-30 tahun	Mojosongo	Karyawan swasta
14	Afrilia Nursanti	Perempuan	18-25 tahun	Mojosongo	Mahasiswa/i
15	Rohmah Nur	Perempuan	18-25 tahun	Simo	Mahasiswa/i
16	Zahra Nabilla	Perempuan	18-25 tahun	Gladagsari	Mahasiswa/i
17	Suyamto	Laki-laki	41-45 tahun	Gladagsari	Wiraswata
18	Murni Mismawati	Perempuan	41-45 tahun	Wonosegoro	Karyawan swasta
19	Ratna Wijayanti	Perempuan	18-25 tahun	Mojosongo	Karyawan swasta
20	Cahya A	Perempuan	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
21	Eni Widiyaningrum	Perempuan	18-25 tahun	Wonosegoro	Mahasiswa/i
22	Siwi Purnaningtyas	Perempuan	18-25 tahun	Wonosegoro	Mahasiswa/i
23	Aldiasa Pangestu Aji	Laki-laki	36-40 tahun	Musuk	Wiraswata
24	Devita Desti Nur Safitri	Perempuan	18-25 tahun	Kemusu	Mahasiswa/i
25	Hanna Zharfani Aulia Putri	Perempuan	18-25 tahun	Musuk	Mahasiswa/i
26	Asriyah Mega Ferlanda	Perempuan	18-25 tahun	Tamansari	Wiraswata
27	Tiwi Fadlilatul Azna	Perempuan	18-25 tahun	Wonosegoro	Karyawan swasta
28	Vina Irnawati	Perempuan	18-25 tahun	Ngemplak	Mahasiswa/i
29	Maya Oktaviani Putri	Perempuan	18-25 tahun	Boyolali	Mahasiswa/i
30	Sudarmadi	Laki-laki	41-45 tahun	Ampel	Karyawan swasta
31	Rangga Aji	Laki-laki	26-30 tahun	Klego	Wiraswata

	Pamungkas				
32	Tomi Sudrajat	Laki-laki	41-45 tahun	Karanggede	Karyawan swasta
33	Alfian Nur Wibowo	Laki-laki	18-25 tahun	Karanggede	Mahasiswa/i
34	Adimas Wahyu	Laki-laki	26-30 tahun	Ampel	Karyawan swasta
35	Pramudya Dwi Angkara	Laki-laki	18-25 tahun	Karanggede	Karyawan swasta
36	Setyo Aji	Laki-laki	26-30 tahun	Wonosamudro	Wiraswata
37	Ananda Wahyu Kurnianto	Laki-laki	18-25 tahun	Banyudono	Lainnya
38	Vina Choirun Nisa	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Lainnya
39	Auliasa Hanum Kayasa	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
40	Khanza Labibah Liana	Perempuan	18-25 tahun	Andong	Mahasiswa/i
41	Nurulita Novia Sari	Perempuan	18-25 tahun	Andong	Mahasiswa/i
42	Miftakhul Janah	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
43	Dwi Rahayu	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
44	Ardha Neswari	Perempuan	18-25 tahun	Ngemplak	Mahasiswa/i
45	Lintang Trianuri	Perempuan	18-25 tahun	Andong	Mahasiswa/i
46	Abdi	Laki-laki	18-25 tahun	Gladagsari	Lainnya
47	Weny Angelina Setya N	Perempuan	18-25 tahun	Ngemplak	Mahasiswa/i
48	Azzahra Ayu Windyaningrum	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
49	Eka Emilia	Perempuan	18-25 tahun	Mojosongo	Karyawan swasta
50	Pramesti Bening	Perempuan	18-25 tahun	Mojosongo	Mahasiswa/i
51	Zulfikar Anand Anwari	Laki-laki	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
52	Dipta Pratama	Laki-laki	18-25 tahun	Sawit	Mahasiswa/i
53	Puri Mershanda	Perempuan	26-30 tahun	Ampel	Wiraswata
54	Esti Woro	Perempuan	18-25 tahun	Kemususu	Wiraswata
55	Markus	Perempuan	26-30 tahun	Sawit	Lainnya
56	Yoga Annas	Laki-laki	18-25 tahun	Sambi	Mahasiswa/i
57	Agustina	Perempuan	18-25 tahun	Selo	Mahasiswa/i
58	Alifia Zahra	Perempuan	18-25 tahun	Tamansari	Mahasiswa/i
59	Muhammad Hisyam Ali	Laki-laki	36-40 tahun	Simo	Karyawan swasta
60	Cynthia	Perempuan	26-30 tahun	Sambi	Lainnya
61	Daffa Edo Virbiyanto	Laki-laki	26-30 tahun	Banyudono	Karyawan swasta
62	Mario	Laki-laki	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
63	Diva Anastasia	Perempuan	18-25 tahun	Sawit	Mahasiswa/i

64	Nur Roziqoh	Perempuan	18-25 tahun	Juwangi	Mahasiswa/i
65	Rahayu Tri Utami	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
66	Nur Rahmawati	Perempuan	26-30 tahun	Boyolali	Wiraswata
67	Abdul Afif Fadhilhidayat	Laki-laki	36-40 tahun	Mojosongo	Karyawan swasta
68	Adinda Dita	Perempuan	18-25 tahun	Boyolali	Mahasiswa/i
69	Sherli Amilia Putri	Perempuan	18-25 tahun	Karanggede	Mahasiswa/i
70	Laily Isnaini	Perempuan	18-25 tahun	Cepogo	Mahasiswa/i
71	Pradita Luci Armi	Perempuan	18-25 tahun	Simo	Mahasiswa/i
72	Ihsan Pradipta Haq Yogiswara	Laki-laki	18-25 tahun	Sawit	Mahasiswa/i
73	Ani	Perempuan	18-25 tahun	Sambi	Mahasiswa/i
74	Muhammad Rekey Novianto	Laki-laki	26-30 tahun	Banyudono	Karyawan swasta
75	Rindi Indah	Perempuan	18-25 tahun	Ngemplak	Mahasiswa/i
76	Erdika Risa Maulana	Laki-laki	31-35 tahun	Juwangi	Karyawan swasta
77	Berliana Fatmawati	Perempuan	36-40 tahun	Juwangi	Karyawan swasta
78	Angga	Laki-laki	18-25 tahun	Boyolali	Mahasiswa/i
79	Izzul Aslam	Laki-laki	18-25 tahun	Teras	Mahasiswa/i
80	Yazid Rijal Al Banjari	Laki-laki	18-25 tahun	Ampel	Mahasiswa/i
81	Agit Sakti Nur Kholis	Laki-laki	18-25 tahun	Boyolali	Mahasiswa/i
82	Nabila Salsabila Layli	Perempuan	26-30 tahun	Musuk	Wiraswata
83	Kurnia Yuliani	Perempuan	18-25 tahun	Sawit	Mahasiswa/i
84	Anna Klaranovita Elyatna	Perempuan	36-40 tahun	Tamansari	Lainnya
85	Nuriana	Perempuan	18-25 tahun	Tamansari	Lainnya
86	Ikhsan Arif	Laki-laki	31-35 tahun	Mojosongo	Lainnya
87	Sherlyta	Perempuan	26-30 tahun	Selo	Lainnya
88	Ferozha	Perempuan	26-30 tahun	Ngemplak	Karyawan swasta
89	Pratama Adji	Laki-laki	36-40 tahun	Klego	Karyawan swasta
90	Narko	Laki-laki	41-45 tahun	Nogosari	Karyawan swasta
91	Purwadi Tri Jatmiko	Laki-laki	41-45 tahun	Nogosari	Wiraswata
92	Meita Sari	Perempuan	26-30 tahun	Ampel	Lainnya
93	Nasya Almira Krisna Putri	Perempuan	18-25 tahun	Boyolali	Mahasiswa/i
94	Haryanto	Laki-laki	41-45 tahun	Banyudono	Karyawan swasta
95	Rifa Amilaila Khomsah	Perempuan	18-25 tahun	Andong	Wiraswata

96	Buhtiar Aimar Khadafi	Laki-laki	18-25 tahun	Sawit	Mahasiswa/i
97	Figur Widiyanti	Laki-laki	36-40 tahun	Karanggede	Wiraswata
98	Rosidah Indaryanti	Perempuan	31-35 tahun	Wonosamudro	Wiraswata
99	Arya Saloka	Laki-laki	36-40 tahun	Klego	Karyawan swasta
100	Sunarti	Perempuan	41-45 tahun	Klego	Lainnya
101	Sabam Hotman Siraik	Laki-laki	41-45 tahun	Klego	Karyawan swasta
102	Krismonita Sari	Perempuan	36-40 tahun	Ampel	Karyawan swasta
103	Jati Nur Akhsal	Laki-laki	18-25 tahun	Nogosari	Mahasiswa/i
104	Araega Arya	Laki-laki	26-30 tahun	Wonosamudro	Wiraswata
105	Dyah Eka Putri	Perempuan	26-30 tahun	Gladagsari	Lainnya
106	Pamungkas	Laki-laki	26-30 tahun	Kemususu	Lainnya
107	Yuni Ari	Laki-laki	31-35 tahun	Kemususu	Karyawan swasta
108	Putut Setyawan	Laki-laki	41-45 tahun	Klego	Lainnya
109	Atik Setyani	Perempuan	31-35 tahun	Karanggede	Wiraswata
110	Ernawati	Perempuan	31-35 tahun	Ampel	Wiraswata
111	Septi Julianti	Perempuan	31-35 tahun	Nogosari	Karyawan swasta
112	Unggul Prasetya	Laki-laki	18-25 tahun	Wonosamudro	Mahasiswa/i
113	Putra Dirgantara	Laki-laki	26-30 tahun	Wonosamudro	Karyawan swasta
114	Woro Anggorowati	Perempuan	26-30 tahun	Karanggede	Wiraswata
115	Purwono	Laki-laki	41-45 tahun	Wonosamudro	Lainnya

Lampiran 3 Jawaban Kuisisioner

Harapan Kinerja (X1)				
NO.	X1.1	X1.2	X1.3	TOT.X1
1	4	4	5	13
2	4	4	4	12
3	3	4	3	10
4	4	4	4	12
5	4	5	5	14
6	4	5	3	12
7	4	4	3	11
8	5	4	5	14
9	4	5	5	14
10	4	4	4	12
11	3	5	4	12

Harapan Usaha (X2)			
NO.	X2.1	X2.2	TOT.X2
1	3	2	5
2	4	3	7
3	4	4	8
4	4	3	7
5	5	4	9
6	4	3	7
7	4	4	8
8	5	5	10
9	5	5	10
10	4	4	8
11	4	4	8

12	5	4	3	12
13	5	5	4	14
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	4	4	5	13
17	5	5	4	14
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	5	3	12
21	5	5	3	13
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	5	3	12
25	4	4	4	12
26	5	4	5	14
27	4	4	4	12
28	4	5	4	13
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	3	4	3	10
33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	4	5	5	14
36	4	4	4	12
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	5	5	4	14
40	4	5	4	13
41	5	5	5	15
42	4	5	4	13
43	3	3	3	9
44	4	4	3	11
45	4	4	3	11
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	5	4	4	13
49	3	2	4	9
50	4	4	3	11

12	4	4	8
13	5	4	9
14	5	5	10
15	5	4	9
16	4	4	8
17	5	5	10
18	4	4	8
19	5	3	8
20	5	4	9
21	5	5	10
22	4	4	8
23	5	5	10
24	4	5	9
25	4	4	8
26	5	5	10
27	4	3	7
28	4	4	8
29	4	4	8
30	4	5	9
31	4	4	8
32	5	3	8
33	4	4	8
34	4	4	8
35	5	4	9
36	5	5	10
37	4	4	8
38	4	4	8
39	5	5	10
40	5	5	10
41	5	5	10
42	4	4	8
43	3	3	6
44	4	3	7
45	4	4	8
46	4	4	8
47	5	4	9
48	2	2	4
49	4	5	9
50	4	3	7

51	5	5	5	15
52	4	4	4	12
53	3	4	3	10
54	5	4	5	14
55	4	4	4	12
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	5	4	13
59	5	5	4	14
60	4	5	4	13
61	5	5	5	15
62	5	4	4	13
63	3	4	4	11
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	5	4	3	12
68	4	4	5	13
69	4	4	4	12
70	4	4	4	12
71	4	3	4	11
72	4	5	4	13
73	4	4	3	11
74	4	4	4	12
75	4	4	3	11
76	4	5	5	14
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	5	4	4	13
80	4	3	4	11
81	4	4	5	13
82	4	4	4	12
83	4	5	3	12
84	4	4	4	12
85	5	5	4	14
86	5	5	5	15
87	4	5	5	14
88	4	4	4	12
89	4	4	5	13

51	5	5	10
52	4	4	8
53	4	3	7
54	4	5	9
55	3	3	6
56	4	4	8
57	4	4	8
58	4	5	9
59	4	4	8
60	3	4	7
61	5	5	10
62	4	4	8
63	5	4	9
64	4	5	9
65	4	4	8
66	4	4	8
67	2	3	5
68	4	4	8
69	5	4	9
70	4	4	8
71	4	4	8
72	5	4	9
73	3	3	6
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	5	9
77	4	4	8
78	4	4	8
79	5	5	10
80	4	4	8
81	4	4	8
82	4	4	8
83	4	4	8
84	5	4	9
85	4	5	9
86	5	4	9
87	5	5	10
88	4	4	8
89	5	4	9

90	4	5	4	13
91	3	4	4	11
92	4	4	4	12
93	4	4	3	11
94	4	4	3	11
95	4	5	4	13
96	4	4	4	12
97	4	3	4	11
98	5	4	4	13
99	4	3	4	11
100	4	4	4	12
101	4	3	4	11
102	4	4	4	12
103	4	4	4	12
104	4	4	4	12
105	4	4	4	12
106	4	3	3	10
107	4	4	4	12
108	3	4	5	12
109	4	4	5	13
110	3	4	4	11
111	4	4	4	12
112	4	5	4	13
113	4	5	4	13
114	4	4	5	13
115	5	4	5	14

90	5	5	10
91	4	5	9
92	4	4	8
93	3	4	7
94	4	4	8
95	3	4	7
96	4	3	7
97	4	4	8
98	4	4	8
99	5	4	9
100	4	4	8
101	4	5	9
102	3	4	7
103	4	4	8
104	4	4	8
105	4	4	8
106	4	3	7
107	4	4	8
108	4	3	7
109	4	5	9
110	3	4	7
111	5	3	8
112	5	3	8
113	4	5	9
114	4	4	8
115	4	4	8

X3			
NO.	X3.1	X3.2	TOT.X3
1	3	3	6
2	4	4	8
3	4	3	7
4	4	4	8
5	4	4	8
6	3	4	7
7	3	3	6
8	4	4	8
9	5	5	10
10	4	4	8

X4			
NO.	X4.1	X4.2	TOT.X4
1	4	4	8
2	4	3	7
3	4	4	8
4	4	3	7
5	4	3	7
6	2	3	5
7	2	4	6
8	5	4	9
9	3	4	7
10	4	4	8

X5			
NO.	X5.1	X5.2	TOT.X5
1	5	5	10
2	4	4	8
3	5	5	10
4	3	5	8
5	3	4	7
6	4	3	7
7	4	4	8
8	5	4	9
9	5	5	10
10	4	4	8

11	4	5	9
12	3	3	6
13	3	4	7
14	3	3	6
15	4	4	8
16	5	5	10
17	3	2	5
18	4	4	8
19	4	4	8
20	4	4	8
21	5	3	8
22	4	4	8
23	5	4	9
24	3	3	6
25	4	4	8
26	5	5	10
27	2	2	4
28	4	5	9
29	3	3	6
30	4	4	8
31	3	4	7
32	4	3	7
33	4	4	8
34	2	2	4
35	4	3	7
36	3	2	5
37	4	4	8
38	4	4	8
39	4	2	6
40	5	4	9
41	4	4	8
42	4	4	8
43	3	3	6
44	2	4	6
45	4	4	8
46	4	4	8
47	4	4	8
48	2	4	6
49	5	5	10

11	4	5	9
12	4	4	8
13	4	5	9
14	3	4	7
15	4	5	9
16	4	4	8
17	2	5	7
18	4	4	8
19	4	4	8
20	3	3	6
21	3	5	8
22	4	5	9
23	4	5	9
24	3	4	7
25	4	4	8
26	5	4	9
27	2	3	5
28	5	4	9
29	3	4	7
30	3	4	7
31	4	5	9
32	2	3	5
33	4	4	8
34	3	2	5
35	4	4	8
36	2	4	6
37	4	4	8
38	3	4	7
39	3	5	8
40	4	5	9
41	3	5	8
42	3	4	7
43	3	3	6
44	4	3	7
45	4	4	8
46	4	4	8
47	5	4	9
48	3	3	6
49	5	5	10

11	5	4	9
12	4	3	7
13	5	5	10
14	4	4	8
15	5	5	10
16	5	5	10
17	5	4	9
18	4	4	8
19	4	4	8
20	4	5	9
21	5	5	10
22	3	4	7
23	5	4	9
24	5	4	9
25	4	4	8
26	4	4	8
27	2	4	6
28	4	4	8
29	4	3	7
30	5	4	9
31	4	4	8
32	4	5	9
33	4	4	8
34	3	3	6
35	4	5	9
36	4	3	7
37	4	4	8
38	4	4	8
39	4	4	8
40	5	5	10
41	5	5	10
42	5	4	9
43	3	3	6
44	4	3	7
45	4	4	8
46	4	4	8
47	5	4	9
48	3	3	6
49	5	5	10

50	4	4	8
51	5	5	10
52	5	4	9
53	5	4	9
54	3	4	7
55	5	1	6
56	4	4	8
57	4	4	8
58	5	5	10
59	5	3	8
60	4	4	8
61	5	1	6
62	3	3	6
63	3	1	4
64	4	5	9
65	5	3	8
66	4	4	8
67	1	1	2
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	4	4	8
72	4	4	8
73	4	3	7
74	4	4	8
75	4	4	8
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	3	4	7
80	4	4	8
81	4	2	6
82	3	4	7
83	4	4	8
84	4	4	8
85	3	2	5
86	5	4	9
87	3	1	4
88	4	4	8

50	4	4	8
51	5	5	10
52	4	4	8
53	4	4	8
54	5	3	8
55	2	2	4
56	4	4	8
57	4	4	8
58	4	5	9
59	4	5	9
60	3	4	7
61	5	5	10
62	3	4	7
63	4	5	9
64	4	5	9
65	3	4	7
66	4	4	8
67	4	3	7
68	4	4	8
69	3	4	7
70	4	4	8
71	4	4	8
72	5	4	9
73	4	3	7
74	4	4	8
75	3	4	7
76	4	4	8
77	4	4	8
78	4	4	8
79	4	4	8
80	4	4	8
81	3	4	7
82	4	4	8
83	4	4	8
84	3	4	7
85	4	5	9
86	5	5	10
87	5	5	10
88	4	4	8

50	4	3	7
51	5	5	10
52	4	3	7
53	2	3	5
54	4	5	9
55	4	3	7
56	4	4	8
57	4	4	8
58	5	5	10
59	5	4	9
60	3	3	6
61	5	5	10
62	4	4	8
63	3	4	7
64	4	5	9
65	4	4	8
66	4	4	8
67	4	3	7
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	4	4	8
72	5	5	10
73	3	3	6
74	4	4	8
75	5	4	9
76	4	4	8
77	4	4	8
78	5	5	10
79	4	5	9
80	4	4	8
81	4	4	8
82	4	4	8
83	3	5	8
84	4	4	8
85	5	4	9
86	5	5	10
87	5	5	10
88	4	5	9

89	4	4	8
90	3	3	6
91	4	2	6
92	4	4	8
93	4	4	8
94	4	4	8
95	5	2	7
96	4	4	8
97	4	4	8
98	2	3	5
99	4	4	8
100	4	4	8
101	5	2	7
102	4	4	8
103	4	2	6
104	3	5	8
105	4	5	9
106	3	3	6
107	4	5	9
108	2	3	5
109	3	5	8
110	3	5	8
111	3	5	8
112	3	3	6
113	4	2	6
114	4	4	8
115	2	2	4

89	5	4	9
90	3	4	7
91	3	5	8
92	4	4	8
93	3	3	6
94	4	4	8
95	4	4	8
96	4	4	8
97	4	4	8
98	3	3	6
99	3	4	7
100	4	4	8
101	5	5	10
102	5	4	9
103	4	4	8
104	3	4	7
105	3	2	5
106	4	3	7
107	4	4	8
108	4	4	8
109	4	4	8
110	3	4	7
111	4	4	8
112	5	4	9
113	4	4	8
114	5	4	9
115	3	5	8

89	4	5	9
90	4	4	8
91	3	4	7
92	4	4	8
93	4	3	7
94	4	5	9
95	4	4	8
96	4	4	8
97	3	5	8
98	4	4	8
99	4	5	9
100	4	4	8
101	3	4	7
102	4	4	8
103	4	5	9
104	4	5	9
105	3	4	7
106	4	3	7
107	3	4	7
108	5	4	9
109	5	5	10
110	4	5	9
111	3	5	8
112	5	5	10
113	5	3	8
114	4	4	8
115	4	4	8

X6			
NO.	X6.1	X6.2	TOT.X6
1	4	4	8
2	5	3	8
3	5	5	10
4	3	5	8
5	3	3	6
6	5	4	9
7	3	3	6
8	4	4	8
9	5	4	9

X7			
NO.	X7.1	X7.2	TOT.X7
1	3	3	6
2	4	3	7
3	4	4	8
4	3	3	6
5	2	2	4
6	3	3	6
7	4	4	8
8	3	4	7
9	5	5	10

10	4	4	8
11	3	4	7
12	4	4	8
13	5	4	9
14	3	3	6
15	4	4	8
16	4	5	9
17	4	4	8
18	5	4	9
19	4	4	8
20	4	5	9
21	5	5	10
22	4	4	8
23	5	5	10
24	4	4	8
25	4	4	8
26	4	3	7
27	4	3	7
28	4	5	9
29	4	4	8
30	3	4	7
31	5	5	10
32	3	2	5
33	3	4	7
34	3	2	5
35	4	4	8
36	4	5	9
37	4	4	8
38	4	4	8
39	4	4	8
40	4	5	9
41	5	3	8
42	4	4	8
43	3	3	6
44	5	4	9
45	4	4	8
46	4	4	8
47	4	4	8
48	3	3	6

10	4	4	8
11	5	5	10
12	3	3	6
13	5	5	10
14	4	4	8
15	4	4	8
16	4	4	8
17	5	5	10
18	4	4	8
19	4	4	8
20	3	3	6
21	5	4	9
22	4	3	7
23	4	4	8
24	3	3	6
25	4	4	8
26	4	5	9
27	2	2	4
28	5	4	9
29	4	3	7
30	4	5	9
31	5	5	10
32	2	2	4
33	4	4	8
34	2	2	4
35	5	4	9
36	3	3	6
37	4	4	8
38	4	4	8
39	4	4	8
40	3	3	6
41	5	5	10
42	4	3	7
43	3	3	6
44	4	3	7
45	4	4	8
46	4	4	8
47	4	4	8
48	3	5	8

49	5	5	10
50	5	4	9
51	5	5	10
52	4	4	8
53	3	4	7
54	4	5	9
55	2	2	4
56	4	4	8
57	4	4	8
58	5	5	10
59	5	4	9
60	3	3	6
61	3	5	8
62	4	4	8
63	3	3	6
64	4	5	9
65	4	4	8
66	4	4	8
67	3	5	8
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	4	4	8
72	4	5	9
73	5	3	8
74	4	4	8
75	4	3	7
76	4	4	8
77	4	4	8
78	5	5	10
79	4	4	8
80	4	4	8
81	5	4	9
82	4	4	8
83	4	4	8
84	4	4	8
85	5	5	10
86	5	4	9
87	2	5	7

49	5	5	10
50	4	4	8
51	5	5	10
52	3	3	6
53	4	4	8
54	5	4	9
55	4	3	7
56	4	4	8
57	4	4	8
58	4	4	8
59	5	4	9
60	2	3	5
61	5	3	8
62	4	4	8
63	5	4	9
64	4	5	9
65	3	2	5
66	4	4	8
67	2	3	5
68	4	4	8
69	4	4	8
70	4	4	8
71	4	4	8
72	4	5	9
73	4	3	7
74	4	4	8
75	4	4	8
76	3	4	7
77	4	4	8
78	5	5	10
79	4	5	9
80	4	4	8
81	4	4	8
82	4	4	8
83	4	3	7
84	4	4	8
85	3	5	8
86	4	5	9
87	4	4	8

88	5	3	8	88	4	3	7
89	4	5	9	89	5	4	9
90	5	3	8	90	4	4	8
91	5	4	9	91	4	4	8
92	4	5	9	92	4	4	8
93	4	4	8	93	3	3	6
94	4	4	8	94	4	4	8
95	4	4	8	95	4	4	8
96	4	4	8	96	4	4	8
97	5	4	9	97	3	4	7
98	5	5	10	98	4	3	7
99	4	4	8	99	4	4	8
100	4	4	8	100	4	4	8
101	4	5	9	101	5	4	9
102	5	4	9	102	4	4	8
103	4	4	8	103	4	4	8
104	5	5	10	104	3	3	6
105	5	5	10	105	3	3	6
106	3	4	7	106	5	3	8
107	4	5	9	107	5	3	8
108	4	5	9	108	4	5	9
109	4	5	9	109	3	4	7
110	4	4	8	110	4	4	8
111	5	3	8	111	3	3	6
112	4	5	9	112	3	5	8
113	4	5	9	113	3	4	7
114	3	4	7	114	2	4	6
115	3	3	6	115	3	2	5

Y							
NO.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.6	Y.7	TOT.Y
1	3	3	5	3	4	4	22
2	3	3	3	4	3	4	20
3	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	4	24
5	3	4	2	3	4	4	20
6	4	3	3	4	4	4	22
7	3	4	4	4	4	4	23
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	5	4	5	29

10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	4	3	5	5	5	27
12	4	3	3	4	4	4	22
13	5	5	5	5	4	3	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	5	4	25
16	5	4	5	4	4	5	27
17	5	5	5	5	5	3	28
18	4	4	4	4	3	4	23
19	3	4	4	4	4	4	23
20	3	5	3	3	4	5	23
21	3	4	5	5	5	5	27
22	4	4	3	3	4	3	21
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	3	4	5	23
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	5	4	4	4	27
27	3	2	2	1	2	3	13
28	4	4	5	4	4	4	25
29	3	3	3	3	3	4	19
30	4	4	4	4	5	5	26
31	4	4	4	4	5	5	26
32	3	2	4	4	3	4	20
33	4	4	4	4	3	4	23
34	3	4	3	3	3	4	20
35	4	4	4	5	4	5	26
36	2	3	2	2	4	3	16
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	3	4	4	3	4	5	23
41	5	4	5	5	5	5	29
42	4	4	4	4	4	5	25
43	3	3	3	3	3	3	18
44	4	5	4	2	3	3	21
45	3	4	4	4	4	3	22
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	4	5	5	5	5	29
48	3	3	3	4	3	3	19

49	5	5	5	5	5	5	30
50	3	5	4	3	4	4	23
51	5	5	5	5	5	5	30
52	3	2	3	3	4	4	19
53	2	3	3	3	4	2	17
54	5	3	5	4	5	4	26
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	4	4	4	5	27
59	5	4	5	5	4	5	28
60	3	3	3	3	3	4	19
61	3	3	5	5	5	5	26
62	4	4	4	4	4	5	25
63	3	4	5	3	4	4	23
64	5	4	4	4	5	4	26
65	3	3	3	3	3	3	18
66	4	4	4	4	4	4	24
67	3	2	3	4	4	3	19
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	3	23
70	4	4	4	4	3	3	22
71	4	4	4	4	4	4	24
72	5	4	4	4	4	4	25
73	4	3	4	4	4	5	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	3	4	4	4	5	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	4	4	4	4	5	26
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	5	4	5	26
82	4	3	4	4	4	4	23
83	4	4	4	4	4	5	25
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	5	5	4	4	5	27
86	4	4	5	5	5	5	28
87	4	5	4	3	4	4	24

88	5	3	4	5	3	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	4	4	4	4	23
91	4	3	4	4	4	4	23
92	4	5	4	4	3	4	24
93	4	4	4	5	3	4	24
94	3	4	5	4	4	3	23
95	3	4	4	4	3	4	22
96	4	5	4	4	4	3	24
97	4	4	4	4	4	4	24
98	4	3	2	4	3	5	21
99	3	4	4	3	4	4	22
100	4	4	5	4	4	4	25
101	4	3	4	4	3	4	22
102	3	4	3	4	4	4	22
103	5	4	4	5	3	4	25
104	4	3	4	4	4	5	24
105	4	3	4	3	4	4	22
106	4	4	4	4	4	5	25
107	4	4	4	5	5	4	26
108	4	4	4	4	5	4	25
109	3	4	3	3	4	5	22
110	4	3	4	3	4	5	23
111	4	2	3	3	4	4	20
112	3	3	3	3	4	4	20
113	3	4	4	4	4	5	24
114	4	4	4	4	3	3	22
115	4	4	4	3	4	4	23

Lampiran 4 hasil output analisis data menggunakan spss

1. Uji validitas

Harapan kinerja (X1)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	TOT.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,721**	,666**	,907**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	83	83	83	83
X1.2	Pearson Correlation	,721**	1	,600**	,878**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	83	83	83	83
X1.3	Pearson Correlation	,666**	,600**	1	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	83	83	83	83
TOT.X1	Pearson Correlation	,907**	,878**	,856**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83

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

Harapan usaha (X2)

		Correlations		
		X2.1	X2.2	TOT.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,740**	,919**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X2.2	Pearson Correlation	,740**	1	,945**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	83	83	83
TOT.X2	Pearson Correlation	,919**	,945**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Pengaruh sosial (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	TOT.X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,552**	,877**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X3.2	Pearson Correlation	,552**	1	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	83	83	83
TOT.X3	Pearson Correlation	,877**	,885**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Kondisi fasilitas (X4)

Correlations

		X4.1	X4.2	TOT.X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,656**	,922**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X4.2	Pearson Correlation	,656**	1	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	83	83	83
TOT.X4	Pearson Correlation	,922**	,897**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Motivasi hedonis (X5)

Correlations

		X5.1	X5.2	TOT.X5
X5.1	Pearson Correlation	1	,786**	,947**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X5.2	Pearson Correlation	,786**	1	,943**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000

	N	83	83	83
TOT.X5	Pearson Correlation	,947**	,943**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Nilai harga (X6)

Correlations

		X6.1	X6.2	TOT.X6
X6.1	Pearson Correlation	1	,706**	,918**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X6.2	Pearson Correlation	,706**	1	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	83	83	83
TOT.X6	Pearson Correlation	,918**	,929**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Kebiasaan (X7)

Correlations

		X7.1	X7.2	TOT.X7
X7.1	Pearson Correlation	1	,843**	,958**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	83	83	83
X7.2	Pearson Correlation	,843**	1	,962**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	83	83	83
TOT.X7	Pearson Correlation	,958**	,962**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	83	83	83

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

Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce (Y)

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOT.Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,776**	,790**	,760**	,667**	,567**	,883**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y.2	Pearson Correlation	,776**	1	,743**	,667**	,652**	,544**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y.3	Pearson Correlation	,790**	,743**	1	,842**	,751**	,628**	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y.4	Pearson Correlation	,760**	,667**	,842**	1	,768**	,602**	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y.5	Pearson Correlation	,667**	,652**	,751**	,768**	1	,709**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
Y.6	Pearson Correlation	,567**	,544**	,628**	,602**	,709**	1	,776**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	83	83	83	83	83	83	83
TOT.Y	Pearson Correlation	,883**	,842**	,919**	,898**	,871**	,776**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	83	83	83	83	83	83	83

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

2. Uji Reliabilitas

Harapan kinerja (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,855	,855	3

Harapan usaha (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,841	,850	2

Pengaruh sosial (X3)

Kondisi fasilitas (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,711	,711	2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,788	,792	2

Motivasi hedonis (X5)

Nilai harga (X6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,880	,880	2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,827	,828	2

Kebiasaan (X7)

Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-commerce (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,914	,915	2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,933	,933	6

3. uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,78518379
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,078
	Negative	-,082

Test Statistic	,082
Asymp. Sig. (2-tailed)	,056 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

4. uji multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harapan kinerja	,724	1,381
	Harapan usaha	,675	1,482
	Pengaruh sosial	,824	1,214
	Kondisi fasilitas	,580	1,724
	Motivasi hedonis	,562	1,780
	Nilai harga	,708	1,413
	Kebiasaan	,620	1,612

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

5. uji heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,717	1,299		3,632	,000
	Harapan kinerja	-,192	,103	-,192	-1,863	,065
	Harapan usaha	-,137	,115	-,128	-1,194	,235
	Pengaruh sosial	-,153	,080	-,184	-1,902	,060
	Kondisi fasilitas	,096	,121	,091	,792	,430
	Motivasi hedonis	-,017	,123	-,016	-,138	,891
	Nilai harga	,148	,111	,252	2,413	,139
	Kebiasaan	-,047	,081	-,055	-,578	,564

a. Dependent Variable: Abs_Res

6. Analisis regresi linear berganda dan uji t parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,434	2,074		1,656	,101
	Harapan kinerja	,382	,164	,159	2,325	,022
	Harapan usaha	,104	,183	,040	,566	,573
	Pengaruh sosial	,293	,128	,146	2,281	,025
	Kondisi fasilitas	-,112	,193	-,045	-,582	,562
	Motivasi hedonis	,692	,196	,274	3,532	,001
	Nilai harga	-,159	,177	-,062	-,900	,370
	Kebiasaan	1,158	,157	,547	7,400	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

7. uji f simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	620,413	7	88,630	26,823	,000 ^b
	Residual	353,553	107	3,304		
	Total	973,965	114			

a. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

b. Predictors: (Constant), Kebiasaan, Harapan kinerja, Pengaruh sosial, Nilai harga, Harapan usaha, Kondisi fasilitas, Motivasi hedonis

8. uji koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,798 ^a	,637	,613	1,818

a. Predictors: (Constant), Kebiasaan, Harapan kinerja, Pengaruh sosial, Nilai harga, Harapan usaha, Kondisi fasilitas, Motivasi hedonis

b. Dependent Variable: Penggunaan BSI Mobile

Gambar r tabel

df	0.1	0.05	0.02	0.01
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977

73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673

Gambar f tabel

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
116	3.92	3.07	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
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75

Gambar t tabel

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	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	1.28910	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16394

Lampiran Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Aulya Tri Rachmawati

Tempat, Tanggal Lahir : Boyolali, 3 Januari 2002

Jenis Kelamin :Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Ngemplak Rt 06/01, Sambon, Banyudono,
Boyolali


Email : aulyatrirachmawati13@gmail.com

No. Hp : 087823951414

Riwayat Pendidikan

1. SD Muhammadiyah Sambon (2007-2013)
2. SMPN 1 Banyudono (2013-2016)
3. SMAN 1 Teras (2016-2019)
4. UIN Raden Mas Said Surakarta (2019-2023)

Lampiran Hasil Turnitin




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan Kartasura-Sukoharjo Telp. (0271) 782336 Fax (0271) 782336 Website: iain-surakarta.ac.id. – Email: info@iain-surakarta.ac.id.

SURAT KETERANGAN TURNITIN

Setelah melakukan tes uji *similarity*, menerangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Aulya Tri Rachmawati
 NIM : 195231147
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan BSI Mobile Dalam Transaksi E-Commerce
 Paper ID : 2128831462
 Date : 10 Juli 2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 14%



Sukoharjo, 10 Juli 2023
 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK.198906072018102003

Skripsi_Aulya TR PBS

Similarity Index	Internet Sources	Publications	Student Papers
14%	15%	9%	9%
PLAGIARISM SOURCES			
1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source		1%
2	nonosun.staf.upi.edu Internet Source		1%
3	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper		1%
4	repository.umso.ac.id Internet Source		1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source		1%
6	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source		<1%
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper		<1%
8	Submitted to Binus University International Student Paper		<1%
9	Submitted to Universitas Pendidikan Ganesha Student Paper		<1%