

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN
*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:

RISQI ANDRIANI

NIM. 19.52.31.320

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

2023

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH BOYOLALI DALAM MENGGUNAKAN
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:

RISQI ANDRIANI

NIM. 19.52.31.320

Sukoharjo, 09 September 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi



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

NIK. 19860613201701 1 177

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr.wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RISQI ANDRIANI
NIM : 195231320
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*".

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

Demikian surat ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.wb.

Surakarta, 09 September 2023


METEOR
TEMPER
23AK048176208 Risqi Andriani

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RISQI ANDRIANI
NIM : 195231320
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian berjudul "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*". Dengan ini saya menyatakan bahwa benar-benar melakukan penelitian. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi peraturan berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sungguh-sungguh untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamualaikum Wr.wb.

Surakarta, 09 September 2023


METERA
TEMPIL
00CAKX481775209
Risqi Andriani

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

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Risqi Andriani

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 Risqi Andriani, NIM : 195231320 yang berjudul :

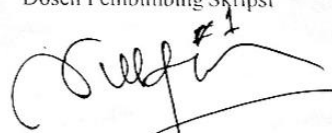
“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI Mobile”.

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syari'ah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 09 September 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



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

NIK. 19860613201701 1 17

MOTTO

“Meski terlihat mustahil dan rumit. Tapi yakin. Kun fa yakun Allah akan datang pada waktu yang tepat. Langitkan do’a perhebat langkah yakin sepenuhnya sama Allah”.

“Manusia punya kendala tapi Allah punya kendali. Yakinlah, jika Allah sudah ikut andil, maka tidak ada kata mustahil”.

“Allah mencintai orang-orang yang sabar”.

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang memberikan segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini. Karya sederhana ini saya persembahkan kepada: Kedua orang tuaku Bapak Noryono, Ibu Samini, dan Adik, beserta keluargaku, yang senantiasa memberikan cinta kasih, dukungan serta do'a yang tak pernah putus kepada putri pertamanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, dan atas rahmat beserta karunia-Nya yang telah memberikan kepada penulis sehingga skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*”, dapat diselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan harapan.

Sholawat dan salam atas junjungan Rasulullah SAW. Keluarga, sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir zaman. Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Toto Suharto, S.Ag., M.Ag, Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.i., Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I, M.E.I Koordinator Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Yulfan Arif Nurohman, S.E., M.M., Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I., Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E., Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I., selaku dosen penguji yang telah memberi kritik, saran, dan

bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.

7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua dan keluarga penulis terima kasih atas doa, cinta kasih, dukungan, dan dorongan yang telah diberikan.
9. Sahabat penulis tercinta, Kuma, Esti, Adista, Bayu yang selalu menjadi pendengar terbaik, dan diberi kesempatan mengenal kalian.

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

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 09 September 2023

Penulis

ABSTRACT

This research is motivated by the performance of a bank which is determined by how well the bank manages its business and handles its customers so that it can obtain profitability in customer decisions in using mobile banking. Customer decisions in using mobile banking are measured through the variables of perception of information technology, risk, and handling complaints regarding customer decisions in using BSI mobile in the Boyolali area. The data used in this research is primary data obtained through distributing questionnaires to BSI customers in the Boyolali area. This research uses a quantitative approach that meets scientific principles such as concrete, objective, measurable and systematic. The analytical methods in this research are data validity and reliability testing, data normality testing, classical assumption testing, multiple regression testing, and hypothesis testing.

The results of this research show that the variables Perception of Information Technology, Risk and Handling of Complaints have a positive and significant effect on Boyolali Customers' Decisions to Use BSI Mobile.

Keywords: Perception of information technology, risk, complaint handling, and customer decisions in using BSI mobile.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kinerja suatu bank ditentukan oleh seberapa baik bank dalam mengelola usahanya dan menangani para nasabahnya sehingga dapat memperoleh profitabilitas keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* diukur melalui variabel persepsi teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* di wilayah Boyolali. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket terhadap nasabah BSI wilayah Boyolali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang memenuhi kaidah ilmiah seperti konkrit, obyektif, terukur dan tersistematis. Metode analisis dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan reliabilitas data, uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi berganda, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, dan Penanganan Keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*.

Kata Kunci: Persepsi teknologi informasi, risiko, penanganan keluhan, dan keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRACT	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Jadwal Penelitian	12
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori	14
2.1.1 Perilaku Konsumen	14
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	14
2.1.1.2 Sifat-sifat Perilaku Konsumen	15
2.1.2 Keputusan Nasabah	15
2.1.3 Persepsi Teknologi Informasi.....	16
2.1.3.1 Pengertian Persepsi Teknologi Informasi	16

2.1.3.2 Manfaat Teknologi Informasi	17
2.1.3.3 Kekurangan Teknologi Informasi	19
2.1.4 Risiko	20
2.1.4.1 Pengertian Risiko	20
2.1.4.2 Risiko Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	21
2.1.5 Penanganan Keluhan	22
2.1.5.1 Pengertian Penanganan Keluhan	22
2.1.5.2 Cara Mengatasi Penanganan Keluhan	23
2.2 Penelitian Yang Relevan	25
2.3 Kerangka Berfikir	27
2.4 Hipotesis	28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian	31
3.2 Jenis Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel	31
3.3.1 Populasi	31
3.3.2 Sampel	32
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	33
3.5 Data dan Sumber Data	34
3.5.1 Data	34
3.5.2 Sumber Data	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data	35
3.7 Variabel Penelitian	36
3.8 Definisi Operasional Variabel	37
3.9 Teknik Analisis Data	38
3.9.1 Uji Validitas	38
3.9.1 Uji Reliabilitas	39
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	40
3.9.2.1 Uji Normalitas	40

3.9.2.2 Uji Multikolinearitas	40
3.9.2.3 Uji Heterokedastisitas	41
3.9.3 Uji Regresi Linier Berganda	41
3.9.4 Uji Hipotesis.....	42
3.9.4.1 Uji R ² (R Square).....	42
3.9.4.2 Uji T (Persial).....	43
3.9.4.3 Uji F (Simultan)	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Responden.....	44
4.2 Pengujian dan Analisis Data	48
4.2.1 Uji Validitas	48
4.2.2 Uji Reliabilitas	51
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.2.3.1 Uji Normalitas	51
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	53
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	55
4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda	56
4.2.5 Uji Hipotesis	57
4.2.5.1 Uji R ² (R Square).....	57
4.2.5.2 Uji T (Persial).....	58
4.2.5.3 Uji F (Simultan)	59
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data	59
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	65
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Skala Likert	36
Tabel 3.2 Devinisi Operasional Variabel	37
Tabel 4.1 Domisili	44
Tabel 4.2 Jenis Usia	45
Tabel 4.3 Jenis Kelamin	45
Tabel 4.4 Kriteria Pekerjaan	46
Tabel 4.5 Kriteria Pendapatan	46
Tabel 4.6 Banyak Transaksi	47
Tabel 4.7 Pengguna Transaksi	47
Tabel 4.8 Validitas Persepsi Teknologi Informasi	49
Tabel 4.9 Validitas Risiko	49
Tabel 4.10 Validitas Penanganan Keluhan	50
Tabel 4.11 Validitas Keputusan Nasabah	50
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.13 Hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov.....	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser	55
Tabel 4.16 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)	57
Tabel 4.18 Hasil Uji Statistik (T)	58
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (F)	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Histogram	52
Gambar 4.2 Hasil Uji Normal P-P Plot	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Scatterplot	55
Gambar 4.4 Hasil Kuesioner Persepsi Teknologi Informasi	60
Gambar 4.5 Hasil Kuesioner Risiko	62
Gambar 4.6 Hasil Kuesioner Penanganan Keluhan	64

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi informasi berkembang begitu pesatnya hingga memberikan kemudahan di segala aspek aktivitas bisnis. Teknologi informasi mampu melengkapi keperluan informasi dari dunia bisnis secara cepat, akurat, relevan dan ideal waktu. Pengaplikasian teknologi informasi yang dilakukan perusahaan memiliki peranan penting serta mampu dijadikan sentra strategi bisnis untuk mendapatkan keunggulan berkompetisi sehingga dikala ini teknologi informasi telah menjadi keperluan dasar bagi tiap perusahaan, utamanya dalam melakukan aktivitas organisasi pada segala (Matnin et al., 2021).

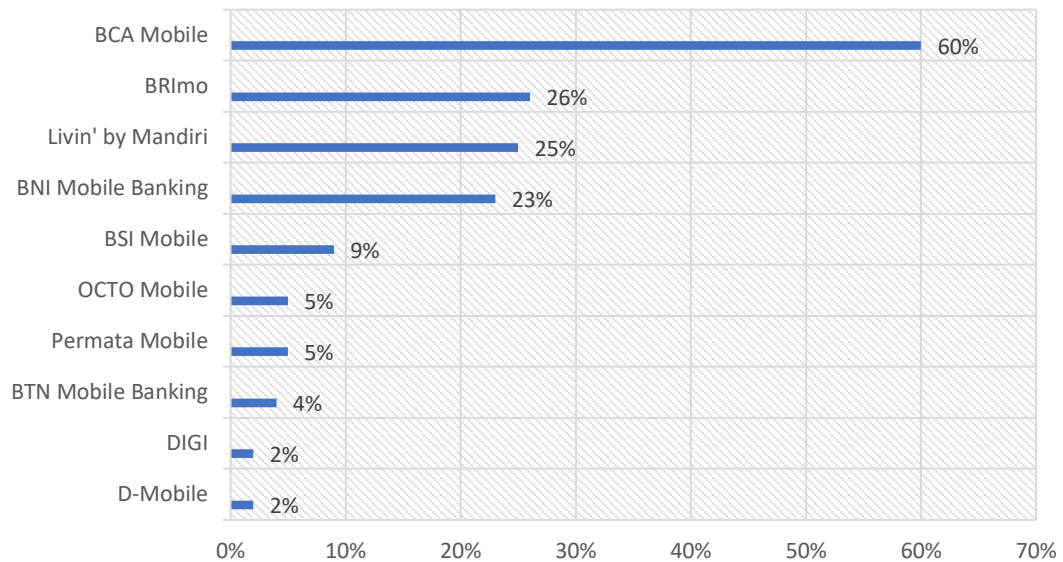
Perkembangan teknologi informasi mempunyai dampak multiplier, artinya mendorong kemajuan pada industri lain. Salah satunya adalah perkembangan sistem pembayaran yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi di bidang komunikasi, khususnya yang terkait dengan internet dan telepon. Bagi para pelaku bisnis, salah satu keuntungan dari pesatnya perkembangan industri teknologi informasi adalah kemampuannya dalam menghubungkan sistem jaringan global yang berbeda-beda, sehingga memudahkan dalam bertransaksi tidak terkendala batasan geografis. Bank memberikan aspek kemudahan tersebut melalui layanan *mobile banking* (Matnin et al., 2021).

Menurut Hutabarat (2010), *mobile banking* merupakan penyediaan layanan yang hampir identik dengan *Automated Teller Machine* (ATM), kecuali penerimaan

uang tunai. Bank mempunyai kesempatan untuk menyediakan layanan ini untuk menawarkan poin tambahan ke nasabah. *M-banking* atau disebut *mobile banking* ialah jasa penawaran perbankan guna meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam industri perbankan. Jika telepon seluler dan internet tidak diaktifkan, pengguna tidak akan dapat melakukan berbagai bentuk transaksi *m-banking* secara efektif dan efisien. Siapa saja yang dirinya mempunyai ponsel cerdas bisa memanfaatkan fitur ini, yang memudahkan menjalankan aktivitas transaksi dimana pun dan kapan pun. Layanan perbankan ini mencakup sejumlah kemudahan yang demikian diinginkan bagi para nasabah agar tercipta kepuasan saat menggunakan berbagai macam layanan bank (Mukhtisar et al., 2021).

Setiap konsumen menginginkan layanan yang cepat, aman, terjangkau, dan tentunya tersedia di waktu kapan pun dan tempat manapun. Salah satu kemajuan dalam teknologi perbankan adalah *mobile banking*. Ketersediaan *mobile banking* mampu mempermudah transaksi bagi penggunanya dan merangsang minat untuk memanfaatkannya. *M-banking* mampu memberi suatu kemudahan untuk penggunanya ketika menjalankan aktivitas transaksi perbankan. Dengan demikian, adanya *mobile banking* tersebut membuat para pengguna dapat bertransaksi dengan waktu yang sangat fleksibel karena dirasa bisa digunakan waktu kapan pun dan tempat manapun. Sementara itu, nasabah bisa mengakses *m-banking* dengan sangat mudah dan tidak ada kesulitan yang dialami saat bertransaksi (Mukhtisar et al., 2021).

Gambar 1.1
10 Aplikasi *Mobile Banking* Paling Banyak Digunakan Masyarakat
Indonesia



Sumber: Populix, 2022

Sistem informasi juga ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia dalam bentuk *m-banking* yang bernama BSI *mobile* sehingga pengalaman pengguna dapat ditingkatkan dan aktivitas transaksi pelanggan menjadi lebih mudah dan bermanfaat. Fasilitas yang diberikan *mobile banking* tentu tidak lepas dari pemahaman masyarakat yang kurang tahu tentang adanya aplikasi BSI *mobile* serta cara penggunaannya. Karena itu, penyebab nasabah Boyolali memerlukan *mobile banking* ialah agar praktis, dan tidak harus lagi berkunjung ke bank, aktivitas transaksi jadi lebih cepat, memudahkan juga bagi nasabah untuk mencari berbagai informasi mengenai detail produk yang dipunya bank dan sistem operasinya yang begitu mudah (Wardhana, 2015).

Adanya keluhan dari nasabah Boyolali yang menggunakan layanan *m-banking*, maka pihak bank penyedia layanan harus mengantisipasi keluhan yang diajukan nasabah dan segera memperbaiki aplikasi layanan *m-banking* agar fitur layanan perbankan tersebut dapat digunakan secara maksimal tanpa gangguan, serta memberikan berbagai manfaat yang baik dalam kenyamanan bertransaksi. Oleh karena itu, pihak bank harus memberikan layanan dengan memperhatikan berbagai aspek. Aspek pertama, *user friendly* artinya fitur yang ada harus mudah digunakan. Kedua, tersedia *multi-platfrom operation system* dari *gadget* yang dipakai pengguna sehingga bank dapat memastikan layanan *m-banking* digunakan jangkauan luas. Ketiga, aplikasi harus aman dengan memastikan kerahasiaan data dan transaksi nasabah dapat terjaga. Keempat, penggunaan jaringan operator seluler yang mumpuni (Wardhana, 2015).

Layanan *mobile banking* sendiri memberikan dampak yang positif bagi penggunaannya karena memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai Berbagai aktivitas perbankan, termasuk layanan pembayaran pajak, transfer rekening, dan informasi saldo. Penggunaan *m-banking* merupakan keputusan nasabah ketika nasabah diberikan produk yang sesuai dengan kebutuhannya, khususnya saat menggunakan layanan *m-banking*. Pelanggan yang percaya pada nilai layanan *m-banking* kemungkinan besar akan merasa puas dan menggunakannya secara teratur. Namun, aplikasi tersebut juga mempunyai beberapa dampak negatif yaitu rentan adanya penipuan seperti melalui panggilan palsu yang menyamar sebagai lembaga keuangan dan meminta informasi rekening bank. Dan ketika ponsel cerdas hilang

atau dicuri, fitur keamanan melalui koneksi terenkripsi dapat dibobol oleh *hecker* (Aji, 2021).

Menurut Ali (2006), nasabah yang memakai jasa *mobile banking* harus memikirkan secara matang akan berbagai bentuk risiko yang mungkin terjadi. Risiko seringkali dipandang sebagai ketidakpastian yang dapat mengakibatkan menurunnya tingkat pendapatan atau bahkan kerugian. Agar nasabah merasa aman dalam menggunakan layanan *m-banking*, maka bank harus melakukan pengujian dengan memastikan setiap transaksi mempunyai jaminan yang dapat dipertanggungjawabkan. Bank yakin jika menggunakan email dan sandi untuk mengurangi risiko penipuan atau aktivitas kriminal (Otoritas Jasa Keuangan, 2014). Saat menggunakan *m-banking*, sangat penting untuk memastikan adanya kebijakan untuk menjaga keamanan sistem data, aplikasi, dan setiap transaksi yang dilakukan.

Risiko yang kemungkinan akan muncul harus ditangani dan dikontrol oleh pihak bank. Terlebih jika mendapati sebuah keluhan dari nasabah apabila timbul sebuah kerugian. Keluhan merupakan sebuah ekspresi negatif karena tidak kesesuaian terhadap kenyataan yang diinginkan seseorang. Meskipun keluhan tidak selalu dipandang negatif, keluhan dapat menjadi alat yang berguna bagi bisnis untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Saat nasabah membutuhkan bantuan, maka perusahaan harus cepat menangani masalah tersebut (Adhi Prakosa, 2019).

Risiko yang dapat timbul saat menggunakan *m-banking* adalah risiko kesalahan ketik situs atau tindakan membuat *fake site*, *phishing* merupakan suatu kejahatan mencuri data pribadi nasabah dan juga kegiatan seperti mengunci

keyboard, hanyalah beberapa modus kejahatan yang banyak terjadi dalam bertransaksi. Saat melakukan berbagai transaksi harus mempertimbangkan kemungkinan risiko yang harus dihadapi entah risiko terkecil maupun risiko yang terbesar. Risiko terkecil yang ada di *m-banking* adalah *trouble signal* sementara kemungkinan terbesarnya yaitu peretasan. Dengan demikian, nasabah sebaiknya berhati-hati dalam menggunakan layanan *m-banking* agar tidak terjadi gangguan dan senantiasa berwaspada terhadap pembobolan (Oktaviani & Basyariah, 2022).

Penanganan keluhan nasabah berarti nasabah berhak mengajukan keluhan apa saja jika terdapat masalah atau keluhan pada *m-banking*. Yang mampu mendongkrak keputusan nasabah ialah menangani permasalahan dengan baik. permasalahan yang diajukan konsumen tidak hanya untuk menghapus nama perusahaan, tetapi juga sebagai prosedur penting yang harus dicerminkan oleh bisnis. Sebuah perusahaan yang mampu menangani suatu permasalahan nasabahnya berdasarkan keinginan sangatlah penting dan membuat nasabah tersebut puas dan percaya bahwa nasabah dihargai dan penting bagi bisnis yang nantinya akan berimbas bagi perusahaan adalah kelayalitan nasabah (Indriyani & Mardiana, 2016).

Permasalahan nasabah merupakan sumber kemungkinan kerugian finansial yang diduga disebabkan oleh kelalaian atau kesalahan pihak bank. Sementara itu cara penanganannya harus dijalankan dengan bijaksana dikarenakan dengan keluhan tersebut bisa memancing kembali jika cara mengatasinya tidak akurat akan memunculkan berbagai permasalahan lainnya. Keluhan nasabah tidak bisa. Dengan begitu, setiap bank harus menyediakan cara dan langkah-langkah untuk mengatasi

permasalahan dari nasabah. Penanganan keluhan secara konseptual diyakini mampu untuk menciptakan sebuah kelayaitasan nasabah (Herawati & Sulistyowati, 2019).

Penanganan keluhan sangatlah penting karena dapat memberikan sebuah kesempatan untuk memperbaiki dan mengidentifikasi suatu permasalahan dan kendala dalam perusahaan. Adanya penanganan keluhan mampu menciptakan sebuah hubungan dengan pelanggan menjadi lebih baik. Menurut Tjiptono (2007) sederhananya keluhan diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Oleh karenanya, perusahaan wajib menangani berbagai keluhan dengan cepat supaya pelanggan mampu terobati kekecewanya. Nasabah yang merasa kecewa mungkin akan beralih ke perusahaan lain sedangkan nasabah yang merasa puas nantinya akan merekomendasikan produk tersebut ke orang-orang terdekat (Wirakanda & Putri, 2020).

Menurut Davis (2004), Pengambilan keputusan adalah hasil dari upaya mengatasi kesulitan dengan tegas. Keputusan adalah tanggapan konklusif terhadap suatu pertanyaan. Suatu keputusan harus mampu menjawab pertanyaan mengenai pokok pembicaraan (Hasan, 2002). Pengambilan keputusan memerlukan pemilihan solusi potensial secara metodis yang harus dilakukan untuk memecahkan masalah. Sedangkan metode dan strategi yang dipakai ketika menjalankan proses pengambilan suatu keputusan disebut teori pengambilan keputusan. (Ardiansyah & Noor, 2020).

Suatu mekanisme untuk melakukan penilaian dan menyeleksi beberapa pilihan disebut pengambilan keputusan. Dalam mengambil keputusan dibuat berdasar proses analisis, pendenahan, pensimulasian yang melalui beberapa perhitungan alternatif solusi yang telah dilakukan. Tujuan mengambil keputusan sendiri adalah sebagai pendukung pembangunan sebuah kondisi yang mampu memaksimalkan sebuah harapan. Oleh karena itu, nasabah akan memutuskan untuk mengambil keputusan terhadap suatu produk perusahaan (Febriansah & Meiliza, 2020).

Upaya yang membuat keputusan nasabah saat menjalankan aplikasi *m-banking* diantaranya disebut fitur. Fitur adalah hal paling penting yang dijadikan pertimbangan nasabah ketika membeli suatu produk. Nasabah akan menentukan secara hati-hati agar fitur sesuai dengan fasilitas yang ada pada produk.. Karakteristik produk juga dapat digunakan sebagai taktik bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaingnya.

Penelitian tentang keputusan menggunakan persepsi teknologi informasi diantaranya sudah dijalankan Gunawan (2021), dengan didapat hasil riset bahwasanya pengaruh variabel persepsi teknologi informasi secara statistik ditemukan pengaruh yang positif dan signifikansi. Hal itu diperoleh sesuai hasil uji R^2 yang dipaparkan, bahwasanya ditemukan pengaruh teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan dengan minat nasabah. Sedangkan riset yang dijalankan oleh Putra (2021), memperlihatkan hasil yang tidak sama yaitu tidak ditemukan pengaruh signifikansi diantara pengaruh persepsi teknologi dengan

minat nasabah ketika memakai internet *banking* pada PT.Bank SUMUT KCSy
H.M. Yamin.

Penelitian tentang risiko dalam menggunakan *m-banking* yang telah dilakukan oleh Gunawan (2021), dengan hasil riset diperoleh bahwa pengaruh variable risiko negatif serta tidak signifikansi secara statistik. Dilihat pada uji Rsquare yang dipaparkan jika ditemukan pengaruh teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan terhadap minatnasabah. Sementara, riset yang dijalankan Nadia (2020), menyimpulkan bahwa variabel penggunaan layanan *mobile banking* BNI Syariah terpengaruh oleh variabel risiko studi kasus pada nasabah BNI kantor cabang kota Madiun.

Penelitian tentang penanganan keluhan dalam menangani nasabah yang dijalankan oleh Gunawan (2021), dengan hasil riset diperoleh bahwa pengaruh variabel penanganan keluhan secara statistik mempunyai pengaruh signifikansi positif. Dilihat dari uji Rsquare dapat dipaparkan ditemukannya pengaruh risiko, teknologi informasi, dan penanganan keluhan terhadap minat nasabah. Sementara riset yang dijalankan oleh Mutiara (2021), menyimpulkan bahwa variabel penanganan keluhan tidak berpengaruh signifikansi terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

Dengan melihat adanya kekurangan pengetahuan masyarakat tentang BSI *mobile*, begitu pula dengan kemudahan layanan teknologi yang semakin memudahkan pengguna *e-banking* dalam melakukan transaksi serta adanya beberapa gap penelitian terdahulu, maka dari itu penulis mengangkat judul

penelitian “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Bersumber latar belakang yang sudah dipaparkan, dapat diidentifikasi permasalahan yang berhubungan dengan keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking* :

1. Kurangnya sosialisasi dan pemahaman nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* di wilayah Boyolali.
2. Nasabah Boyolali belum memiliki daya tarik terhadap penggunaan aplikasi BSI *mobile*.
3. Aplikasi BSI *mobile* rentan dengan berbagai macam risiko yang timbul.

1.3 Batasan Masalah

Supaya riset yang dilakukan bisa terfokus dan tidak melebar , dibuatlah batasan permasalahannya yaitu riset ini dijalankan untuk memahami aspek –aspek yang bisa mempengaruhi keputusan nasabah boyolali menggunakan BSI *mobile* dengan menggunakan variabel risiko, persepsi teknologi informasi, dan penanganan keluhan. Kriteria responden seluruh masyarakat Boyolali yang menggunakan BSI *mobile* dan pernah melakukan transaksi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pernyataan dibagian sub bab sebelumnya, maka dibuatlah perumusan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* di wilayah Boyolali?
2. Apakah risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* di wilayah Boyolali?
3. Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* di wilayah Boyolali?

1.5 Tujuan Penelitian

Bersumber latar belakang dan perumusan permasalahan yang telah diurai, riset yang dilakukan bertujuan untuk:

1. Memahami keterkaitan dampak variabel persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan *BSI mobile*.
2. Memahami keterkaitan dampak variabel risiko terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan *BSI mobile*.
3. Memahami keterkaitan dampak variabel penanganan keluhan terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan *BSI mobile*.

1.6 Manfaat Penelitian

Riset yang dilakukan dimaksudkan mampu memberi kebermanfaatan untuk pihak terkait, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Riset ini dimaksudkan menambahkan kontribusi kemajuan suatu ilmu teknologi dengan menambahkan riset mengenai aspek-aspek menggunakan yang dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI*

mobile sehingga bisa dijadikan atau dimanfaatkan untuk bahan referensi maupun rujukan penelitian lain.

2. Manfaat Praktis

Riset ini dimaksudkan mampu menyampaikan suatu manfaat bagi penelitian selanjutnya yang kemungkinan dijadikan sebagai bahan rujukan, sehingga menghasilkan suatu hasil riset yang baik dan bermanfaat bagi semua orang. Penulis juga berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk generasi selanjutnya sebagai bahan referensi untuk peningkatan ilmu.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan Skripsi mengenai riset yang dijalankan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjabarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup dan batasan masalah, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjabarkan teori yang berhubungan dengan persepsi teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan, terhadap keputusan nasabah Boyolali ketika menggunakan BSI *mobile*. Landasan teori yang dipaparkan ditulis sesuai dengan sumber referensi yang terpercaya dan jelas seperti jurnal, buku, serta web

resmi pada lembaga terkait. Pada bab ini mencakup kerangka pemikiran dan hasil riset terdahulu dilengkapi dengan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjabarkan perancangan sistem dan pengumpulan data yang mendasari penelitian yang dijalankan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan mengenai profil instansi yang diamati, pengolahan data dengan melakukan kalibrasi, pengujian dan menganalisis hasil pengujian guna menjawab rumusan masalah.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan saran dari penulis dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Subianto (2007), kebutuhan serta harapan konsumen yang silih berganti disebabkan oleh beberapa aspek yang mempengaruhi cara konsumen ketika menentukan mengenai apa yang ingin konsumen pilih. Sehingga, seorang pemasar diharuskan mempunyai pengetahuan dan pemahaman secara keseluruhan mengenai perilaku konsumen guna langkah pemasaran yang diterapkan berhasil. Blackwell & Miniard (2006), integritas konsumen merupakan suatu kegiatan dan proses keputusan konsumen pribadi. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena penting dalam kehidupan sehari-hari dan penting untuk pengambilan keputusan.

Mangkunegara (2002) mendefinisikan tingkahlaku konsumen sebagai aksi yang dijalankan oleh orang, kelompok, ataupun organisasi yang relevan dan sesuai pada proses pengambilan keputusan dalam memperoleh mengonsumsi, dan dipengaruhi oleh lingkungan ekonomi. Sedangkan ungkapan Winardi & Sumarwan (2003) sebagai perilaku yang diarahkan konsumen ketika merencanakan, mendapatkan dan memakai barang serta jasa ekonomi. kesimpulanya, perilaku konsumen merupakan kumpulan kegiatan konsumen yang mungkin menghasilkan pemilihan, evaluasi,

perolehan, dan penggunaan produk berupa barang dan jasa yang diinginkan.

Tindakan-tindakan ini dipengaruhi oleh variabel internal dan eksternal.

2.1.1.2 Sifat-sifat Perilaku Konsumen

Menurut Peter dan Olson (2010) Berikut beberapa kategori ciri perilaku konsumen:

1. Perilaku konsumen dikatakan dinamis karena terus-menerus mencerminkan perubahan dalam sikap, motivasi, dan perilaku konsumen tertentu, kelompok konsumen sasaran, masyarakat, dan organisasi.
2. Perilaku konsumen bersifat interaksional, dapat melibatkan interaksi berupa pikiran, perasaan, dan tindakan konsumen, sekelompok konsumen sasaran, masyarakat, organisasi, dan lingkungan, yang kesemuanya dapat mempengaruhi produk dan jasa, merek perusahaan, dan kemampuan konsumen dalam melakukan pembelian.
3. Perilaku konsumen berbasis pertukaran, artinya dapat melibatkan interaksi antarpribadi di mana pemasar menawarkan barang dan jasa yang bermanfaat kepada konsumen dengan imbalan pembayaran dari konsumen dalam bentuk upah.

2.1.2 Keputusan Nasabah

Pengambilan keputusan, menurut Peter & Olson (1999), merupakan langkah integratif yang memerlukan pengetahuan untuk menilai dua atau lebih pilihan dan menentukan yang terbaik. Saat menggunakan layanan yang ditawarkan oleh bisnis yang menawarkan barang dan jasa yang diiklankan kepada pelanggan atau konsumen, produk dan layanan

diproduksi untuk pelanggan berdasarkan pengetahuan tentang pilihan penggunaan konsumen.

Engel dkk (1995), menegaskan bahwa orang melakukan pembelian sebagai hasil dari memilih tindakan alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam keadaan tertentu. Menurut Schiffman dan Wisenblit (2010) pengambilan keputusan mempunyai beberapa unsur diantaranya, yaitu:

1. Segmentasi dan targeting diimplementasikan melalui bauran pemasaran promosi, tempat, harga, dan produk yang mewakili inisiatif pemasar untuk membujuk konsumen dalam membeli produk.
2. Komunikasi dari pemasar ke konsumen yang meliputi periklanan dan media sosial.
3. Dimensi sosial dan budaya, membentuk keluarga keputusan konsumen, status sosial, teman, nilai budaya etnis, dan peran gender.
4. Komunikasi diantara konsumen atau *word-of-mouth* dan media sosial.

2.1.3 Persepsi Teknologi Informasi

2.1.3.1 Pengertian Persepsi Teknologi Informasi

Menurut Sengadji & Sopiah (2013) Persepsi merupakan atribusi makna berdasarkan rangsangan yang dialami sebelumnya dari panca indera. Dasar dari persepsi sendiri merupakan suatu proses yang muncul karena adanya sensasi. Oleh karenanya pandangan seseorang terhadap teknologi informasi adalah reaksi yang disebabkan oleh diterima atau tidaknya pandangan tersebut.

Teknologi informasi, menurut Warsita (2008), adalah seperangkat prosedur dan sistem infrastruktur (*userware, software, dan hardware*) untuk mengatur, mengirim, menafsirkan, memproses, menggunakan, menyimpan, dan memperoleh data secara bermakna. Mirip dengan teknologi *mobile banking*, masih banyak orang yang belum mengetahui aplikasinya dan cara menggunakannya. Masyarakat mungkin akan lebih mudah mencari informasi melalui internet atau media sosial lainnya berkat adanya teknologi informasi. Jadi, terlepas dari apakah seseorang menganggap teknologi informasi dapat diterima atau tidak, persepsi terhadap teknologi tersebut akan berkembang sebagai akibat dari penggunaannya.

2.1.3.2 Manfaat Teknologi Informasi

Menurut Juhriyansyah et al., (2020), Teknologi informasi berperan sebagai pengaruh terbesar bagi umat manusia. Berikut beberapa manfaat dari adanya teknologi informasi, diantaranya:

a. Kemudahan mengakses informasi

Internet sebagai salah satu alat sistem teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah cukup dikenal luas. Selain itu, pengembangan jaringan telekomunikasi diperlukan terminal telepon dan perangkat sejenis. Internet memiliki banyak tujuan, termasuk meningkatkan kegunaan dan efektivitas waktu, mempermudah penggunaan dan akses, serta memberikan pengetahuan tanpa batas (Juhriyansyah et al., 2020).

b. Memudahkan pekerjaan

Segala hal menjadi lebih mudah dilakukan ketika memanfaatkan sebuah teknologi, salah satunya mempermudah dalam hal pekerjaan yang didukung pada fasilitas teknologi yang dianggap bisa meningkatkan produktivitas karyawan. Dan juga sebagai peluang dalam menghasilkan keuntungan melalui internet dengan melakukan berbagai kegiatan yang mampu menghasilkan uang, serta membantu dalam mencari kerja sistem online (Juhriyansyah et al., 2020).

c. Untuk pemerintahan

Bagi pemerintahan teknologi informasi berfungsi untuk mengelola data, memberikan informasi kepada masyarakat dengan cara yang mudah. Informasi terkini dapat di akses melalui *website* dengan mudahnya. Dengan hanya mengakses sebuah *website* masyarakat dapat mengetahui informasi terbaru. Teknologi informasi juga dipakai sebagai alat penyimpan berbagai informasi rahasia negara (Juhriyansyah et al., 2020).

d. Kemudahan untuk berkomunikasi

Semakin mudahnya komunikasi yang dijalankan menandakan bahwa sistem teknologi informasi semakin canggih. Contohnya, dengan hadirnya fitur camera diponsel, aplikasi yang menyediakan call, yang mana sekarang bisa dipakai waktu kapanpun dan tempat manapun tanpa terhalang oleh jarak (Juhriyansyah et al., 2020).

e. Kemudahan dalam bertransaksi

Mampu memberikan kemudahan dalam berbagai segi dan bidang untuk melakukan suatu kegiatan transaksi. Teknologi bermanfaat sebagai tranfer online *monay*, dengan ccara menggunakan *m-banking* dengan begitu nasabah bebas melakukan transaksi dimana saja kapanpun dengan satu sentuhan (Juhriyansyah et al., 2020).

2.1.3.3 Kekurangan Teknologi Informasi

Simarmata dkk (2021), menyatakan bahwa, selain keuntungan dari adopsi teknologi informasi, tidak mungkin mengabaikan kelemahan atau dampak buruknya, yang meliputi:

- a. Beberapa anak yang memanfaatkan waktunya untuk menonton TV dan bermain permainan di depan komputer ketimbang melakukan kegiatan belajar dan berolahraga (Simarmata et al., 2021).
- b. Akibat hal ini, anak-anak menjadi kurang mampu bersosialisasi dengan orang lain dan lebih nyaman berada di dunia maya. Akibatnya, anak-anak ini kehilangan pembelajaran penting termasuk berhubungan dengan teman sekelasnya, mengembangkan kemampuan bernegosiasi, dan mengalami dunia yang dihuni oleh orang lain (Simarmata et al., 2021).
- c. Kejahatan di internet. Kejahatan ini tidak mengenal siapa orang yang akan ditipunya, dimanapun akan terjadi. Karena penggunaan komputer dan peralatan yang berhubungan dengan internet, tindakan tersebut dianggap ilegal. Kejahatan ini mampu membuat angka kerugian yang

amat besar dibanding dengan kejahatan biasa. Orang yang menjalankan tugas ini harus memiliki pemahaman yang kuat tentang komputer dan internet (Simarmata et al., 2021).

- d. Penyebaran virus komputer. Program parasit yang dikenal sebagai virus komputer hidup dan berkembang biak di dalam file dan folder. Bagi pengguna komputer yang terinfeksi, *malware* ini cukup tidak menyenangkan. Virus tersebut dapat menyebar melalui media internet dan penyimpanan (Simarmata et al., 2021).
- e. Pornografi, perjudian, penipuan, tayangan kekerasan.

2.1.4 Risiko

2.1.4.1 Pengertian Risiko

Menurut Bank Indonesia (2014), risiko adalah situasi ketidakpastian yang disebabkan adanya kejadian tak terduga. Dalam system perbankan risiko ialah suatu kejadian potensial yang bisa diperkirakan maupun sebaliknya yang memiliki dampak negatif terhadap penghasilan dan pemodalan bank (IBI, 2014). Menurut Ali (2006) risiko merupakan kemungkinan dari adanya peluang timbulnya kerugian. Dalam menggunakan *m-banking* tentunya terdapat berbagai risiko. Bahkan, Risiko jaringan merupakan permasalahan yang sering terjadi dan menghambat berbagai aktivitas transaksi *m-banking*.

Menurut Misra et al., (2020), Risiko adalah suatu jenis ketidakpastian mengenai keadaan di masa depan yang akan timbul dari pilihan yang diambil berdasarkan berbagai faktor yang ada. Nasabah pasti sudah

memikirkan kemungkinan terjadinya banyak risiko sebelum menggunakan layanan mobile banking. Misalnya, risiko serangan virus, risiko kesalahan pengiriman atau pengetikan, serta risiko kebocoran PIN dan data pribadi nasabah.

2.1.4.2 Risiko Menggunakan *Mobile Banking*

Otoritas Jasa Keuangan (2015) mencantumkan sejumlah bahaya yang terkait dengan penggunaan *mobile banking*, antara lain:

1. *Phishing* adalah jenis kejahatan yang dilakukan secara online di mana *hacker* menggunakan keahliannya dibidang jaringan online. sehingga dapat mengenai sisi kelemahan manusia yang mudah ditipu. *Phising* bertujuan untuk mendapatkan data klien, seperti ID pengguna, PIN, dan informasi pribadi, menggunakan berbagai teknik, seperti *keylongger* dan kesalahan ketik. Adanya aplikasi *mobile banking* dapat menjadi acuan bagi nasabah yang belum mempunyai dan menggunakan aplikasi *mobile banking*. Selain itu juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk meningkatkan kinerja organisasi, khususnya dilembaga perbankan (Mufingatun & Prijanto, 2020).
2. Penipuan melalui telepon dikerjakan oleh *hacker* dengan cara menelepon dengan memberitahu bahwa menerima suatu komisi, kecelakaan kellularga. Saat berbincang lewat telepon, pihak penipu akan memulai aksinya dengan mencari tau informasi pribadi seorang nasabah. Sehingga, tidak disadari dana yang dipunyai nasabah otomatis terkirim saat berakhirnya telepon (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

3. Perangkat lunak berbahaya, sering dikenal sebagai *malware*, adalah perangkat lunak berbahaya dengan rancangan fungsi untuk memporandakan data dengan virus menyiapkan aplikasi mata-mata di komputer dan perangkat seluler. *Malware* ini mencatat semua jenis data di komputer atau ponsel cerdas agar dapat berfungsi (Silalahi, 2022).

2.1.5 Penanganan Keluhan

2.1.5.1 Pengertian Penanganan Keluhan

Menurut Hart, Hasken & Sasser (1990), penanganan keluhan ialah langkah yang dipakai oleh suatu perusahaan untuk belajar menyelesaikan sebuah kegagalan layanan untuk mendapatkan kembali kepercayaan pelanggan dalam keandalan. Menurut Alvarez, Cailles & Martin (2010), manajemen penanganan keluhan mengacu pada cara perusahaan menangani ketidakpuasan pelanggan dengan beberapa aspek layanan. Penanganan keluhan sangat penting untuk menjaga dan mengelola hubungan dengan pelanggan. Dalam menangani keluhan pelanggan yang efisien dapat membantu perusahaan untuk mencapai kepuasan keluhan yang dapat menghasilkan hasil positif dari mulut ke mulut, kesiapan pembelian kembali. Sebaliknya, ketidakpuasan dengan penanganan keluhan dapat membuat pelanggan semakin berkurang.

Menurut Tjiptono (2007), indikasi ketidakpuasan atau kekecewaan adalah penanganan pengaduan. Banyak metode yang tersedia bagi bisnis untuk mengumpulkan keluhan konsumen, termasuk informasi kontak, formulir keluhan, *hotline* khusus, situs web, kartu komentar, survei

kepuasan pelanggan, dan survei keluar pelanggan. Kejadian seperti ini dinamai sebagai “*Recovery Paradox*”.

2.1.5.2 Cara Mengatasi Penanganan Keluhan

Dalam mengatasi keluhan pelanggan perlu melibatkan tindakan yang tepat untuk menyelesaikan ketidakpuasan. Proses tersebut dilakukan melalui beberapa tahapan, diantaranya yaitu:

1. Pengakuan

Setelah keluhan diterima, langkah pertama harus mengirimkan pemberitahuan agar konsumen merasa bahwa keluhannya telah diperhatikan. Respons tersebut dapat berdampak positif pada keputusan dan niat untuk membeli kembali. Jika keluhan datang melalui *telephone* maka akan dijelaskan secara lisan (Ombudsman Westem Australia, 2010).

2. Menetapkan prioritas

Nasabah yang mengajukan keluhan biasanya hanya untuk meminta penjelasan dan permintaan maaf, dan beberapa diantaranya untuk meminta kompensasi finansial. Pengaduan nasabah dapat dibagi menjadi beberapa dan perusahaan harus menerima keluhan dan menyikapinya dengan karakteristik yang berbeda lisan (Ombudsman Westem Australia, 2010).

3. Investigasi

Tujuan dari investasi adalah untuk menyelesaikan keluhan dengan pandangan yang adil dan bersifat adjektif serta memberikan solusi yang tepat. Perusahaan harus memperlakukan setiap keluhan secara objektif, dan pengadu tersebut harus diberi tahu tentang prosedur dalam proses keluhan. Nasabah juga diperbolehkan untuk berkomentar atau melengkapi informasi yang telah diajukan tersebut lisan (Ombudsman Westem Australia, 2010).

4. Tanggapan

Saat investasi tutup, perusahaan harus memberitahu klien tentang investasi tersebut. Termasuk penyebab masalah dan tindakan yang diusulkan untuk memecahkan masalah, serta tatacara yang harusnya diambil untuk menghindari masalah serupa dimasa mendatang. Penjelasan harus diberikan kepada nasabah secara lisan maupun tertulis lisan (Ombudsman Westem Australia, 2010).

5. Menindaklanjuti

Hal ini dapat merusak hubungan pelanggan jika merasa tidak diperlakukan secara adil atau menerima tanggapan atau solusi yang memadai dari perusahaan. Oleh karenanya, kegiatan menindaklanjuti dianggap begitu penting karena perusahaan harus mngembangkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (lisan (Ombudsman Westem Australia, 2010).

6. Ketepatan waktu

Tindakan cepat mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dalam hal penanganan keluhan. Bagi perusahaan, penting untuk menyelesaikan masalah dan keluhan yang diajukan oleh pelanggan yang tidak sabar untuk membuang waktunya. Selain itu daya saing perusahaan dapat ditingkatkan dengan mempersingkat waktu tunggu (De Treville Bicer et al, 2014).

7. Saluran komunikasi

Mayoritas pengaduan diterima ditempat dimana layanan di tawarkan. Pengaduan pelanggan kepada karyawan melalui saluran komunikasi dan tatap muka secara langsung. Dan lebih sedikit nasabah yang memilih untuk menyampaikan keluhan melalui email, surat, kartu umpan balik pelanggan, dan situs web perusahaan (Goodman, 1999).

2.2 Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang dilakukan adalah:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
1	Matnin, Aang Kunaifi, & Ach Ubaidillah (2021)	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, dan <i>Handling Of Complains</i> terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus BPRS Bakti	Metode Kuantitatif	Terdapat pengaruh signifikansi positif secara parsial diantara minat nasabah memakai <i>internet banking</i> dengan variabel persepsi teknologi serta variabel <i>Handling Of Complaints</i> . Terdapat pengaruh negatif tidak signifikansi secara parsial diantara

No	Penelitian	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
		Sumekar Cabang Pragaan)		minat nasabah memakai internet <i>banking</i> dengan variabel risiko.
2	Rissa Aulia & Adi Indradi Wazdi (2022)	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, dan <i>Handling Complaint</i> terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet <i>Banking</i> di Bank BSI KC Suniaraja Bandung.	Metode Kuantitatif	Terdapat pengaruh signifikansi diantara minat nasabah BSI KC Suniaraja Bandung dengan variabel risiko, <i>Handling Complaint</i> , serta Persepsi Teknologi Informasi.
3	Irma Monika Desi Deria & Ryzki Wiryawan (2022)	Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi dan <i>Handling Complaint</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet <i>Banking</i> di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Majalaya.	Metode Kuantitatif	Terdapat pengaruh signifikansi diantara minat nasabah Bank BRI Syariah KCPMajalaya dengan variabel pemanfaat Teknologi Informasi serta <i>Handling Complaint</i> .
4	Nitya Nur Franita Gunawan (2021)	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, dan <i>Handling complaint</i> terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi pada Bank Mandiri Syariah KCP Kedaton)	Metode Kuantitatif	Terdapat pengaruh signifikansi positif secara statistik dengan variabel persepsi teknologi informasi, terapat pengaruh negatif tidak signifikans pada variabel risiko secara statistik. Terdapat pengaruh pada hasil uji Rsquare pda <i>Handling Complaint</i> , Risiko, serta tekonologi informasi.

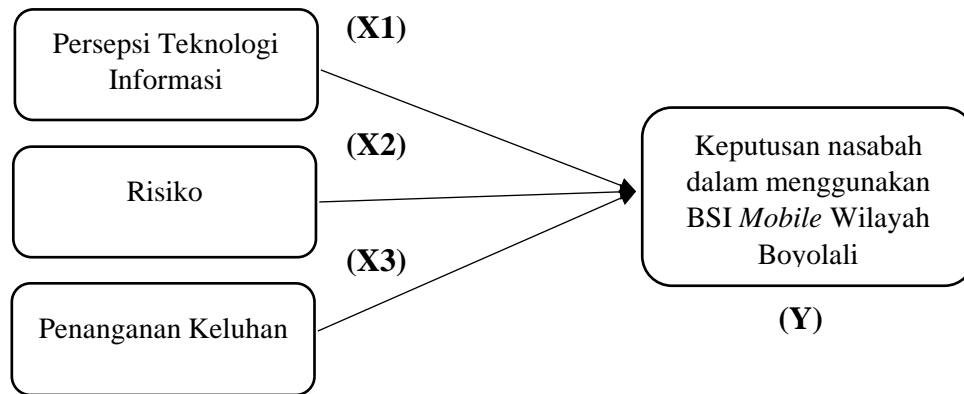
No	Penelitian	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian
5	Rudiamsyah Putra (2021)	Pengaruh Persepsi Teknologi, Risiko, dan <i>Handling Complain</i> terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet <i>Banking</i> (Studi Kasus di PT. Bank SUMUT KCSy H.M. Yamin	Metode Kuantitatif	Pengaruh risiko serta persepsi teknologi tidak memiliki pengaruh signifikan dengan minat nasabah. Sementara <i>handling complain</i> terdapat pengaruh signifikansi dengan minat nasabah. Dan ada pengaruh signifikansi diantara variabel independent (X) dengan simultan pada variabel dependent (Y).
6	Suci Mutiari Pabena (2022)	Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko, dan <i>Handling Complain</i> Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Bank Syariah (Survei Pada Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah Jl. Letkol Iskandar Kantor Cabang Palembang	Metode Kuantitatif	Terdapat pengaruh signifikansi positif sesuai uji partial variable risiko dan teknologi informasi dengan minat nasabah. Terdapat pengaruh signifikansi positif diantara variabel <i>Handling complain</i> dengan minat nasabah.

2.3 Kerangka Berfikir

Persepsi teknologi informasi, iisiko, dan penanganan keluhan sebagai variabel independent (x), dengan keputusan nasabah Boyolali sebagai variabel dependen (y). sehingga pengembangan kerangka pemikiran yaitu seperti berikut

:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir



2.4 Hipotesis

Pengembangan hipotesa didefinisikan sebagai dugaan sementara dari hasil riset sebelum dilakukan penelitian. Disebutkan dengan sementara karena hasil yang akan diperoleh harus didasarkan terlebih dahulu pada fakta empiris yang didapatkan dengan cara pengumpulan data dan dikaitkan dengan teori yang relevan. Sehingga dengan adanya hipotesis tersebut diharuskan untuk melakukan uji ulang dalam memastikan kebenarannya.

2.4.1 Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* Wilayah Boyolali

Teknologi Informasi adalah ilmu pengetahuan tentang suatu cara menggunakan komputer ataupun barang elektronik lainnya, dengan teknik berkomunikasi yang dipakai dalam pengolahan dan pemberian informasi digital (Matnin et al., 2021). Pada penelitian terdahulu telah membuktikan pengaruh positif mengenai persepsi teknologi informasi terhadap minat

nasabah dalam menggunakan internet *banking*, seperti riset oleh (Aulia & Wazdi, 2022) dan (Deria & Wiryawan, 2022). Berdasarkan penjabaran diatas maka peneliti menyimpulkan hipotesa berikut:

H₁: Persepsi teknologi Informasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* Wilayah Boyolali.

2.4.2 Pengaruh Risiko terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* Wilayah Boyolali

Risiko merupakan situasi ketidakpastian yang bisa memunculkan kerugian karena adanya peristiwa tertentu (Matnin et al., 2021). Dengan adanya variabel ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada konsumen. Beberapa penelitian selanjutnya juga telah memperlihatkan bahwa risiko mempunyai pengaruh positif dengan keputusan nasabah dalam menggunakan internet *banking* oleh (Aulia & Wazdi, 2022) dan Suci Mutiari Pabena (2022). Berdasarkan penjabaran diatas sehingga kesimpulan hipotesa yang diambil berikut :

H₂: Risiko berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* Wilayah Boyolali.

2.4.3 Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Keputusan Nasabah dalam Menggunakan BSI *Mobile* Wilayah Boyolali

Ketidakpuasan nasabah bersumber dari kerugian finansial yang diperkirakan disebabkan oleh kesalahan atau kelalaian bank, sehingga menimbulkan keluhan nasabah (Matnin et al., 2021). Berbagai riset terdahulu

sudah menyimpulkan bahwa penanganan keluhan mempunyai pengaruh secara signifikansi terhadap keputusan nasabah dalam memakai internet *banking*, seperti riset yang dijalankan oleh (Deria & Wiryawan, 2022) dan (Aulia & Wazdi, 2022). Berdasarkan penjabaran diatas, maka kesimpulan hipotesa sebagai berikut:

H₃: Penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* Wilayah Boyolali.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Penelitian

Perbankan Syariah terus berkembang dan mengikuti progress isu-isu kemajuan teknologi agar mampu menciptakan inovasi pada setiap layanan yang dimiliki. Seperti halnya pada Bank Syariah Indonesia telah menciptakan BSI *mobile* yang tetap memasukkan unsur syariat Islam didalamnya. BSI *mobile* memiliki tanggapan yang baik oleh masyarakat karena kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh nasabahnya. BSI *mobile* juga sudah terjamin keamanannya karena menggunakan password secara berkala dan jangkauan koneksinya lebih luas dari internet *banking*. Adanya fitur yang beragam dan mudah dimengerti serta biaya yang dikenakan umumnya lebih rendah dari internet *banking* menjadi pilihan sebagian nasabah yang sudah memakainya.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Riset ini dijalankan di wilayah Boyolali. Penentuan lokasi didasarkan atas riset yang berjudul Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile*. Untuk mengumpulkan informasi dan data sesuai kebutuhan peneliti, waktu penelitian dijadwalkan berlangsung selama satu bulan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Berdasar penjabaran Sugiyono (2017) mengenai populasi yaitu sekumpulan subyek maupun obyek riset dengan kategori tertentu yang akan

diamati dan dianalisis oleh peneliti. Populasi dalam riset ini ialah jumlah seluruh pengguna aplikasi *mobile banking* Bank Syariah Indonesia wilayah Boyolali. Populasi dalam penelitian ini merupakan populasi tidak terduga, karena populasi pengguna BSI *mobile* di wilayah Boyolali kepastian jumlah tidak bisa dipastikan.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan susunan populasi secara keseluruhan (Sugiyono, 2017). Yang bersifat bagian kecil dari populasi, dimana jika jumlah dari populasi sangat besar maka tidak memungkinkan untuk dipelajari secara keseluruhan sehingga segala yang dipelajari dari sampel memiliki simpulan yang akan diberlakukan untuk populasi. Dan yang diambil sebagai sampel dari bagian populasi harus secara benar mewakili populasi (Sugiyono, 2017). Dalam riset ini jumlah populasi yang sangat besar dan jumlahnya yang tidak diketahui, maka dari itu teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *Lameshow* (Riduwan & Akdon, 2010). Berikut contoh strategi yang dipakai dalam riset ini, yang menerapkan rumus *Lemeshow*:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times (1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

$Z\alpha$ = skor kepercayaan 5% = 1,96

P = estimasi maksimal 50% = 0,5

D = alpha (error) = 10% = 0,1

Perhitungan sampel pada penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Jadi, dalam riset menggunakan jumlah sampel minimal yang diperlukan untuk riset yaitu 96,04 dan dapat dibulatkan menjadi 96 responden. Menggunakan rumus sampel lemeshow karena populasi dalam riset tidak diketahui pasti.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Metode yang diimplementasikan dalam pemilihan sampel dengan cara pengambilan secara acak sehingga masing-masing subyek ataupun obyek dalam populasi mempunyai peluang yang sama disebut dengan

Teknik sampling ialah proses mengambil sampel guna melakukan penentuan sampel yang akan dipakai dalam riset, terdapat bermacam teknik dalam mengambil sampel yaitu *teknik probability sampling* dan *non probability sampling* (Sugiyono, 2017). Dalam riset ini peneliti memakai teknik pengambilan sampel dengan memakai metode *non probability sampling* yakni *purposive sampling*.

Menurut Cooper (2010) *purposive sampling* ialah teknik mengambil sampel dengan penyesuaian diri pada penentuan kriteria yang telah ditentukan, dimana peneliti akan membagikan kuisioner kepada masing-masing individu yang telah ditentukan dengan kriteria tertentu. Penggunaan metode *purposive sampling* dalam riset dipilih oleh peneliti dengan alasan agar sampel yang diperoleh sesuai pada kategori yang telah ditentukan peneliti. Kategori yang dipakai pada riset ini adalah seluruh masyarakat Boyolali yang menggunakan aplikasi BSI *mobile*.

3.5 Data dan Sumber Data

3.5.1 Data

Data merupakan suatu hal yang belum memiliki definisi yang jelas bagi pemiliknya dan masih memerlukan penganalisisan. Data bisa berupa segala kondisi, huruf, suara gambar, simbol, atau representasi lain yang dipakai untuk mewakili suatu tempat, objek, atau konsep. Data hanyalah salah satu jenis nilai numerik. Data yang sudah diolah adalah informasi. Data yang diyakini akurat, seperti informasi yang harus akurat, relevan, dan terkini (Sugiyono,2017).

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang dipakai dalam riset menurut sugiyono (2017), terbagi atas dua jenis yaitu :

a. Data primer

Penelitian ini memakai data primer yang mana diperoleh secara langsung dari sumber pertama (sebenarnya). Pengumpulan data primer dilakukan melalui proses wawancara, pengisian angket, dokumentasi ataupun yang lainnya. Pada riset ini, data primer didapat dari pengisian angket yang dibuat dengan membuat google form terlebih dulu kemudian disebarkan peneliti kepada seluruh masyarakat Boyolali yang memakai BSI *mobile*.

b. Data sekunder

Data yang didapat dari pengumpulan bermacam sumber seperti data dari perusahaan, internet ataupun perpustakaan disebut dengan data sekunder. (sugiyono, 2017). Dalam riset ini data sekunder didapatkan dari

kutipan buku-buku, website, maupun sumber literatur yang lainnya yang mempunyai keterkaitan dengan riset yang dilakukan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode mengumpulkan data merupakan salah satu langkah yang dipakai ketika melakukan proses mengumpulkan data saat menjalankan riset. Metode diartikan menjadi sebuah teknik yang bisa dibuktikan kebermanfaatannya melalui tes, dokumentasi, observasi, angket, wawancara, dll (Harmon, 2016). Pada riset ini dipakai metode kuisisioner yang merupakan cara mengumpulkan data secara tidaklangsung dan peneliti tidak akan menanyakan secara langsung mengenai pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden. Metode pengumpulan data primer adalah metode mengumpulkan data yang menerapkan instrumen kuesioner atau daftar pernyataan yang memberikan pilihan jawaban, jadi nantinya narasumber yang mendapat kuisisioner bisa memberikan jawaban bebas ketika menjawabnya. (Harmon, 2016).

Sumber data yang didapat dalam riset ini merupakan jawaban dari responden yang dikumpulkan dari pengisian kuisisioner tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan *BSI mobile* dibagikan kepada sampel yang telah dipilih sebelumnya. Kuisisioner terdiri dari lembaran-lembaran yang berisi daftar pernyataan ataupun pertanyaan sesuai indikator variabel dan harus diisi oleh narasumber.

Saat melakukan penyusunan kuisisioner, setiap variabel yang digunakan direpresentasikan kedalam tolok ukur tertentu yang mempunyai nilai, yang berupa skala likert.

Tolok ukur yang digunakan dalam penskalaan persepsi maupun tanggapan dari seorang narasumber atas suatu kejadian tertentu disebut dengan skala likert. Dalam riset yang dilakukan nilai penskalaan likert yaitu bernilai satu sampai dengan lima. Nilai yang diberikan responden tidaklah sama, sehingga seluruh jawaban responden akan digabungkan dan dinilai berdasar bobotnya hingga ditemukan hasil akhir berupa skor tunggal setiap instrumen.

Tabel 3.1
Skala likert

No	Jenis Jawaban	Bobot
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang setuju (KS)	3
4	Tidak setuju (TS)	2
5	Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yaitu suatu ketentuan yang telah ditentukan peneliti dan selanjutnya akan dipahami dan dianalisis hingga mendapat hasil berupa suatu informasi yang dapat disimpulkan (Sugiyono, 2017). Dalam riset terdapat dua variabel yang dapat dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Independen (variabel bebas)

Berdasar penjelasan Sugiyono (2017), variabel dependen juga diartikan dengan variabel *eksogen*. Variabel ini diartikan sebagai variabel yang dapat mempengaruhi dan bisa dijadikan alasan adanya variabel dependen. Variabel independent merupakan hubungan antara dua variabel yang bisa mengganti satu variabel menjadi variabel yang bisa mempengaruhi variabel lain dengan

pelambangan huruf X. Variabel independen dalam riset ini terdiri dari Persepsi Teknologi Informasi (X1), Risiko (X2), dan Penanganan Keluhan (X3).

2. Variabel Dependen (variabel terikat)

Berdasar penjelasan Sugiyono (2017), variabel ini disebut dengan variabel yang mempunyai pengaruh terhadap akibat adanya variabel *indemenden*. Variabel dependen seringkali dikenal dengan variabel *endogen* dan pelambangannya dengan huruf Y. Variabel dependen pada riset ini yakni pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* (Y).

3.8 Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan sribut seseorang, atau suatu obyek yang mempunyai variasi yang berbeda antara yang satu dengan lainnya atau dengan obyek-obyek yang lainnya (Sugiyono, 2017). Sementara, definisi operasional digunakan untuk pengumpulan data riset yang diambil dari indikator-indikator variabel yang dipakai. Definisi operasional variabel dalam riset ini mencakup :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Persepsi Teknologi Informasi	Persepsi teknologi informasi adalah persepsi yang timbul akibat penggunaan pada suatu sistem informasi yang mana sistem tersebut dapatkah diterima atau tidak oleh seseorang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berguna 2. Membuat pekerjaan lebih mudah dan cepat 3. Meningkatkan produktifitas (Chin & Todd dalam Hans, 2015:21)
Risiko	Risiko adalah situasi ketidakpastian yang disebabkan akibat ditemukan sebuah peristiwa tertentu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko tertentu 2. Mengalami suatu kerugian 3. Berfikir berisiko (Pavlou, 2003).

Variabel	Definisi	Indikator
	(Ikatan Bankir Indonesia, 2014).	
Penanganan keluhan	Suatu ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan (Tjiptono, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersikap empati kepada pelanggan yang marah 2. Menangani keluhan dengan cepat 3. Memecahkan masalah dengan adil 4. Konsumen lebih mudah menghubungi perusahaan (Fandy Tjiptono, 2007).
Keputusan nasabah	Keputusan ialah proses penyeleksian antara dua atau lebih pilihan (Peter & Olson, 1999).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebutuhan, yaitu keputusan nasabah 2. Publikasi, pengambilan keputusan nasabah melalui media masa 3. Manfaat, yaitu keputusan nasabah menggunakan informasi untuk mengevaluasi manfaat 4. Kepuasan, dimana nasabah merasa puas karena kepuasan pelayanan (Philip Kotler & Kevin Lane Keller, 2007).

3.9 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada riset ini menggunakan metode Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis. Analisis dilakukan jika sudah memperoleh data hasil kuisisioner yang dikumpulkan oleh peneliti lalu peneliti akan melakukan analisis data dengan penggunaan aplikasi *SPSS for Windows*.

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas mengukur tiap pertanyaan maupun pernyataan dengan mengasosiasikan jumlah setiap pertanyaan atau pernyataan dengan jumlah jawaban dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan variabel. Pada dasarnya uji validitas ialah perbandingan antara r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Nilai r yang dihitung kemudian dijadikan acuan untuk menunjukkan valid atau tidaknya item pertanyaan yang dipakai untuk menentukan survei yang valid. Caranya adalah dengan melakukan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan memakai aplikasi SPSS 26.0 (Darma, 2021).

Kriteria pemeriksaan uji validitas ialah :

- a. Apabila $r_{tabel} < r_{hitung}$ dengan catatan taraf sig 0,05. Dapat dijelaskan instrumen kuisioner valid.
- b. Apabila $r_{tabel} > r_{hitung}$ dengan catatan taraf sig 0,05. Dapat dijelaskan instrumen kuisioner tidakvalid (Darma, 2021).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki arti bahwasanya hasil pengukuran yang dipakai bisa diandalkan dan terbebas dari kesalahan pengukuran. Tujuan pengujian guna melihat keandalan alat guna menentukan apakah hasil dari data dapat diandalkan atau tidak. Pada dasarnya pengujian dilakukan dengan memakai pernyataan kuisioner yang sudah dikatakan valid setelah dilakukan uji validitas. Perhitungan reliabilitas memakai SPSS for windows, pada kolom Cronbach's

Alpha pada Reliability Statistics, dengan keputusan apabila nilai $> 0,70$ maka instrumen reliabel (Darma, 2021).

3.9.3 Uji Asumsi Klasik

3.9.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk mengetahui pengujian agar dapat diketahui data yang dipakai terdistribusi normal ataupun tidak. Data yang baik jika hasil regresi terdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian normalitas dilakukan terhadap nilai residu, bukan terhadap variabel individual karena ditemukan kesalahan sering terjadi, yaitu penentuan normalitas diterapkan pada tiap variabel. Walaupun tidak ada larangan, model regresi tidak mensyaratkan normalitas residu seluruh variabel penelitian. Uji distribusi normalitas bisa dipakai untuk mengukur data tersebut normal atau tidaknormal, dengan begitu data yang diketahui normal dapat dipakai untuk pengolahan statistik (Sunjoyo, 2013).

Pengimplementasiannya dengan metode rumus *Kolmogrov- Smirnov* dengan dasar tertentu, dengan penentuan :

- a. Jika signifikansi *Kolmogov Smirnov* $< 0,05$ disebutkan data tidak normal.
- b. Jika signifikansi *Kolmogrov Smirnov* $> 0,05$ disebutkan data normal.

3.9.3.2 Uji Multikolineritas

Tingginya korelasi antar variabel dapat ditentukan dengan menggunakan uji multikolineritas. Dapat dikatakan teratur jika variabel-variabel tersebut tidak sama dengan nol jika tidak ada korelasi di antaranya atau jika ada korelasi di antaranya. Nilai hasil dari multikolineritas dilihat melalui perolehan nilai *tolerance* beserta *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang tidak mencapai 0,10 dengan VIF mencapai 10 maka dapat dikatakan terjadi multikolineritas. Bila nilai *tolerance* mencapai 0,10 dengan VIF < tidak mencapai 10 maka tidak terjadi multikolineritas (Sunjoyo, 2013).

3.9.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas berfungsi untuk mengetahui apakah model regresi memiliki ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Homoskedastisitas diartikan dengan adanya pengamatan yang sama, sementara heteroskedastisitas diartikan dengan adanya pengamatan yang berbeda. Dapat dikatakan memenuhi persyaratan yaitu jika adanya kesamaan variasi dari *residual* pengamatan satu ke yang lainnya yang bernilai tetap. Uji ini dapat dijalankan dengan memakai uji *glejser*. Bila nilai signifikansi mencapai 0,05 berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Bila nilai signifikansi tidak mencapai 0,05 berarti terdapat gejala heteroskedastisitas (Sunjoyo, 2013).

3.9.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan suatu model yang dipakai untuk mengukur kekuatan keterkaitan antara variabel. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh dan arah antara independent variable yaitu keputusan nasabah (Y) dengan masing-masing dependent variable yaitu persepsi teknologi informasi (X_1), penanganan keluhan (X_2), dan risiko (X_3). Persamaan yang digunakan dalam pengujian regresi linier berganda yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \dots\dots\dots (3.2)$$

Keterangan:

- Y = keputusan nasabah
- α = konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi
- X_1 = persepsi teknologi informasi
- X_2 = risiko
- X_3 = penanganan keluhan
- e = eror

3.9.5 Uji Hipotesis

3.9.5.1 Uji Koefisien Determinan (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) diujikan guna dilakuka pengukuran tingkat besar tidaknya pengaruh yang dihasilkan variabel X dengan variabel Y. Nilai Rsquare berkisar antar 0 dan 1. Nilai Rsquare yang mencapai 0 bisa dikatakan tingkat keterkaitan variabel bebas ketika menjelaskan variable terikat sangat sedikit. Nilai Rsquare yang mencapai 1 disebutkan bahwa variabel independen hampir memberikan segala informasi yang berguna untuk variabel dependen. Maka dari

itu buruk ataupun tidaknya hasil persamaan regresi ditentukan dari hasil nilai R^2 yang mempunyai besaran 0 dan 1, dengan pemaparan semakin mencapai 0 besarnya nilai R^2 , semakin kecil pula keterkaitan variabel X terhadap Y. semakin mencapai 1 besarnya nilai R^2 , semakin besar pula keterkaitan variabel X terhadap Y (Nugroho dkk, 2021).

3.9.5.2 Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)

Uji F berfungsi untuk memeriksa kelengkapan model regresi linier berganda. Uji F pada riset ini dilakukan guna melakukan pengujian besarnya pengaruh simultan antar variabel X dengan variabel Y. Penentuan pengujian dengan uji F dengan melakukan perbandingan nilai sig. penentu signifikan yaitu jika $F > 0,05$ maka tidak ditemukan pengaruh signifikan. Dan dapat dilihat hasilnya jika nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya variabel X1 dan X2 secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Nugroho dkk, 2021).

3.9.5.3 Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji-t berfungsi untuk melakukan pengujian signifikansi pengaruh secara parsial antar variabel X dengan Y. Bila nilai signifikansi mencapai 0,05 maka hipotesa tidak diterima karena koefisien regresi yang tidak signifikan. Artinya sebagian tidak terdapat pengaruh yang signifikan diantara independen dengan dependen. Bila nilai signifikansi tidak mencapai 0,05 maka hipotesa diterima karena koefisien regresi diketahui signifikan. Artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan diantara independen dengan dependen (Nugroho et al., 2021).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden

Responden yang dijadikan subjek riset ini adalah nasabah yang menggunakan BSI *mobile* pada Bank Syariah Indonesia di wilayah Boyolali. Karakteristik yang dimiliki responden dilihat dari aspek domisili, usia, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, banyak penggunaan transaksi setiap bulan. Berikut ini tabel dari hasil pengisian sesuai dengan karakteristik responden:

a. Kriteria domisili

Tabel 4.1
Deskripsi responden berdasarkan domisili

Domisili	Jumlah	Presentase (%)
Kec. Mojosongo	11	11%
Kec. Banyudono	33	33%
Kec. Teras	10	10%
Kec. Sawit	13	13%
Kec. Andong	4	4%
Kec. Ampel	1	1%
Kec. Boyolali	1	1%
Kec. Nogosari	4	4%
Kec. Sambu	2	2%
Kec. Karanggede	2	2%
Kec. Ngemplak	5	5%
Kec. Musuk	1	1%
Kec. Simo	7	7%
Kec. Cepogo	1	1%
Kec. Gladagsari	1	1%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasar data diatas dengan penyebaran kecamatan di Kabupaten Boyolali yang terdiri dari 22 kecamatan yang menggunakan aplikasi BSI *mobile* hanya 15 kecamatan. Menunjukkan responden sangat banyak pada kecamatan Banyudono

dengan jumlah 33 responden. Selanjutnya kecamatan Sawit dengan 13 responden, kecamatan Mojosongo dengan 11 responden, kecamatan Teras dengan 10 responden, kecamatan Simo dengan 7 responden, kecamatan Ngeplak dengan 5 responden, kecamatan Andong dan Nogosari masing-masing 4 responden. Kecamatan Sambu dan Karanggede masing-masing 2 responden, dan jumlah paling sedikit berada pada kecamatan Ampel, Boyolali, Musuk, dan Cepogo dengan 1 responden.

b. Kriteria usia

Tabel 4.2
Deskripsi responden berdasarkan jenis usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20-25 Tahun	79	79%
26-30 Tahun	7	7%
31-35 Tahun	2	2%
36-40 Tahun	4	4%
>41 Tahun	4	4%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan data pada tabel dengan memakai kriteria usia memperlihatkan hasil terbanyak responden diusia 20-25 tahun yaitu 79 responden, lanjutnya pada usia 26-30 tahun yaitu 7 responden, usia 36-40 tahun dan lebih dari 41 tahun dengan jumlah 4 responden. Dan 2 responden dikategori terkecil pada usia 31-35 tahun.

Kriteria jenis kelamin

Tabel 4.3
Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	24	24%
Perempuan	72	72%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan data di atas, mayoritas pelanggan di Boyolali 72 orang atau 72% dari semua responden adalah perempuan. Sementara itu konsumen laki-laki sebanyak 24 orang atau 24% dari seluruh responden merupakan masyarakat Boyolali.

c. Kriteria pekerjaan

Tabel 4.4
Deskripsi responden berdasarkan jenis pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase (100%)
Pelajar/Mahasiswa	20	20%
Wiraswasta	4	4%
PNS	7	7%
Karyawan Swasta	60	60%
Lainnya	5	5%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan data di atas terkait dengan pekerjaan terdapat masyarakat Boyolali yang berkerja sebagai PNS, wiraswasta, karyawan swasta, pelajar/mahasiswa dan lainnya. Data tersebut menunjukkan masyarakat terbanyak berkerja sebagai karyawan swasta dengan jumlah 60 responden, disusul dengan masyarakat sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah 20 responden, sebagai PNS berjumlah 7 responden, sebagai wiraswasta berjumlah 4, dan pekerjaan lainnya berjumlah 5 responden.

d. Kriteria pendapatan

Tabel 4.5
Deskripsi responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
<2.000.000	21	21%
2.000.000-3.000.000	63	63%
3.000.000-4.000.000	10	10%

Pendapatan	Jumlah	Presentase (%)
4.000.000-5.000.000	1	1%
>5.000.000	1	1%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasar data diatas terkait dengan pendapatan terdapat masyarakat Boyolali mempunyai beberapa pendapatan. Pendapatan yang paling banyak 2.000.000-3.000.000 berjumlah 63 responden, kemudian pendapatan kurang dari 2.000.000 berjumlah 21 responden, kemudian pendapatan 3.000.000-4.000.000 berjumlah 10 responden, pendapatan dengan hasil 4.000.000-5.000.000 dan lebih dari 5.000.000 masing-masing 1 responden.

e. Kriteria banyak penggunaan transaksi setiap bulan

Tabel 4.6
Deskripsi responden berdasarkan banyak transaksi

Banyak transaksi	Jumlah	Presentase (%)
<5 Kali	74	74%
>5 Kali	22	22%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan data diatas terkait dengan banyaknya penggunaan transaksi setiap bulannya, penggunaan paling banyak berjumlah kurang dari 5 kali dengan 74 responden atau 74% dari keseluruhan responden. sementara penggunaan paling sedikit berjumlah lebih dari 5 kali dengan 22 responden atau 22% dari keseluruhan responden.

f. Kriteria penggunaan transaksi

Tabel 4.7
Deskripsi responden berdasarkan penggunaan transaksi

Penggunaan Transaksi	Jumlah	Presentase (%)
Pembayaran	4	4%
QRIS	6	6%

Penggunaan Transaksi	Jumlah	Presentase (%)
Transfer dan Top Up	42	42%
Info Rekening	34	34%
Pembelian	6	6%
Total	96	96%

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan data diatas terkait dengan penggunaan transaksi oleh masyarakat Boyolali paling banyak digunakan untuk melakukan transaksi transfer dan top up dengan jumlah 42 responden, transaksi info rekening dengan jumlah 34 responden, transaksi QRIS dan pembelian masing-masing berjumlah 6 responden, dan paling sedikit digunakan untuk pembayaran dengan jumlah 4 responden.

4.2 Pengujian dan Analisis data

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas pada riset berfungsi untuk pengukuran mengenai valid tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner diketahui valid pada penelitian jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Uji validitas juga dapat dilihat pada nilai signifikansi serta dilakukan suatu perbandingan untuk nilai r_{hitung} dan juga r_{tabel} . Tata cara penentuan valid tidaknya melalui indikator, jika $df = n - 2$ dan level signifikansi 0,05 atau 5% dan juga $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Berdasarkan pengujian didapatkan nilai df yaitu 94 dengan jumlah responden 96 orang sedang nilai signifikansinya yaitu 0,05. Kemudian dari hasil pengujian didapatkan nilai r_{tabel} yaitu 0,2006. Untuk lebih lengkapnya hasil pengujian sebagai berikut:

1. Persepsi Teknologi Informasi

Tabel 4.8
Hasil uji validitas persepsi teknologi informasi

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X1.1	0.939	0.2006	Valid
X1.2	0.956	0.2006	Valid
X1.3	0.950	0.2006	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Hasil dari uji validitas yang sudah dilakukan, data menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan pada variabel persepsi teknologi informasi (X_1) dapat dikatakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0.2006.

2. Risiko

Tabel 4.9
Hasil uji validitas risiko

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X2.1	0.916	0.2006	Valid
X2.2	0.916	0.2006	Valid
X2.3	0.915	0.2006	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Dari hasil uji validitas yang sudah dilakukan, data menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan pada variabel risiko (X_2) dapat dikatakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu sebesar 0.2006.

3. Penanganan keluhan

Tabel 4.10
Hasil uji validitas penanganan keluhan

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
X3.1	0.893	0.2006	Valid
X3.2	0.944	0.2006	Valid
X3.3	0.924	0.2006	Valid
X3.4	0.917	0.2006	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Hasil dari uji validitas yang sudah dilakukan, data menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan pada variabel penanganan keluhan (X_3) dapat dikatakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai rhitung > rtabel yaitu sebesar 0.2006.

4. Keputusan nasabah

Tabel 4.11
Hasil uji validitas keputusan nasabah

Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Y1.1	0.951	0.2006	Valid
Y1.2	0.947	0.2006	Valid
Y1.3	0.939	0.2006	Valid
Y1.4	0.930	0.2006	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Hasil dari uji validitas yang sudah dilakukan, data menunjukkan bahwasanya semua pertanyaan tiap variabel keputusan nasabah (Y) bisa dikatakan valid, dikarenakan setiap pertanyaan pada indikator memiliki nilai rhitung > rtabel yaitu sebesar 0.2006.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Tabel 4.12
Hasil uji reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>	Kriteria	Keterangan
Persepsi teknologi informasi	0.944	<i>Alpha Cronbach</i> >0.70, maka reliabel	Reliabel
Risiko	0.944		Reliabel
Penanganan keluhan	0.938		Reliabel
Keputusan nasabah	0.957		Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Pada dasarnya uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang digunakan. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Alpha Cronbach* > 0.70 dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Hasil uji reliabilitas diatas, menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai *Alpha Cronbach* yang mencapai 0.70. maka, dapat dinyatakan bahwa seluruh kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau dapat dipercaya dan mampu menjadi alat pengukur data.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

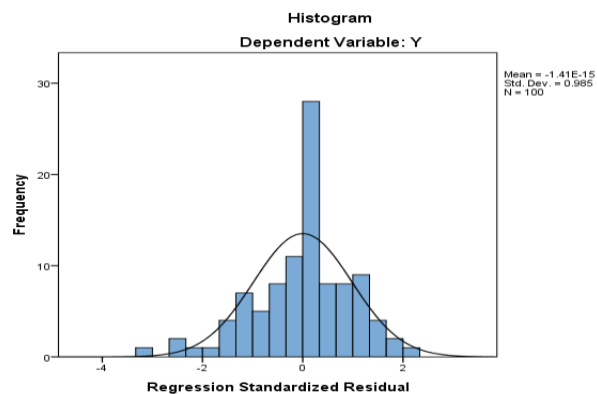
1. Uji Normalitas

Dalam menguji normalitas data pada penelitian uji ini berfungsi untuk mengetahui atau menguji data penelitian terdistribusi normal atau tidak diantara independen dengan dependen. Bila diketahui nilai residual yang normal maka sudah bisa dipastikan model regresi yang dipakai berada di tingkat baik. Pada riset ini pengujian dilakukan dengan memakai grafik histogram, diagram P-Plot dengan aturan titik-titik yang mendekati garis diagonal maka data terdistribusi normal. Pengujian ini juga mengimplementasikan metode *kolmogorov smirnov* dan

indikatornya disebut normal jika nilai signifikansi melebihi 0,05, dan disebut tidak normal dengan signifikansi tidak mencapai 0,05.

a. Hasil Uji Normalitas dengan Histogram

Gambar 4.1 Histogram

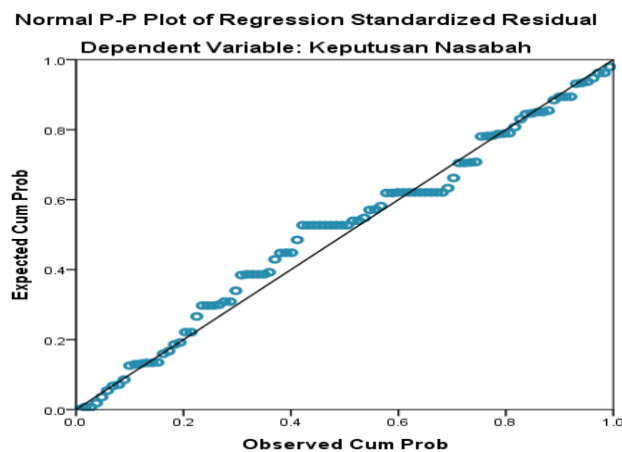


Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasar data hasil histogram diatas menunjukkan data yang ada terdistribusi normal dengan penglihatan gambar grafik yang membentuk lengkungan lonceng dengan seluruh komponen yang ada sudah berada dalam lengkungannya.

b. Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot

Tabel 4.2 Hasil uji normal P-P Plot



Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasar hasil uji pada gambar tersebut terjadi penyebaran titik-titik disekitar garis sehingga hasil pengujian disebutkan bahwa data yang ada terdistribusi normal. Maka model regresi yang dipakai sudah sesuai dengan syarat asumsi mengenai normalitas data.

c. Hasil Uji Normalitas dengan Uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

Tabel 4.13 Hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov

		Untandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. deviation	1.38244670
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.053
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig (2-tailed)		.096 ^c

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan hasil uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test dari data diatas nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,096 yang artinya lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini berfungsi untuk memahami keterkaitan linier sempurna diantara *dependent variable* dengan *independent variable*. Jika tidak terjadi korelasi diantara *independent variable* maka pengujian disebut baik. Jika terdapat gejala multikolinieritas, disebut hasil pengolahan data tidak baik.

Tolok ukur yang digunakan dalam pengujian untuk mengetahui gejala multikolinieritas atau tidak yakni dengan perolehan nilai Tolerance beserta

Variance Inflation Factor (VIF) yang tidak mencapai 0,01. Data pengujian ditunjukkan pada gambar dibawah:

Tabel 4.14
Hasil uji multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Persepsi Teknologi informasi(X1)	.148	6.741
Risiko (X2)	.136	7.379
Penanganan Keluhan (X3)	.212	4.710

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas data diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

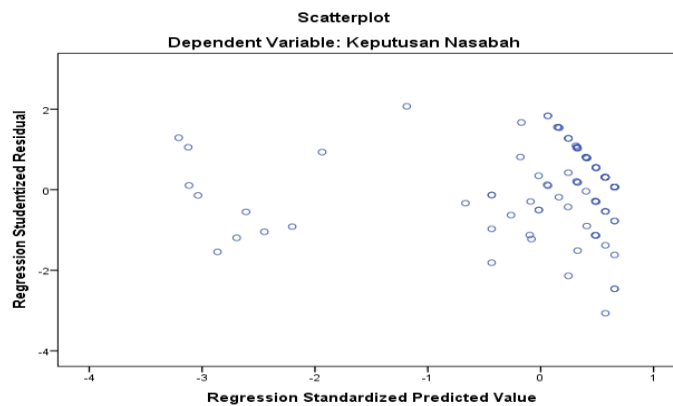
- a. Variabel persepsi teknologi informasi memperlihatkan bahwa nilai tolerance sebesar $0,148 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $6,741 < 10$ sehingga kesimpulanya bahwa persepsi teknologi informasi tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Variabel risiko menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,136 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $7,379 < 10$ sehingga kesimpulanya bahwa risiko tidak ditemukan multikolinearitas.
- c. Variabel penanganan keluhan menunjukkan bahwa nilai tolerance $0,212 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $4,710 < 10$ sehingga kesimpulanya bahwa penanganan keluhan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui tingkat residual yang dihasilkan dengan berbagai variance yang digunakan, dari berbagai percobaan yang dilakukan. Data hasil pengujian dikatakan baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas, yang bisa diketahui melalui penyebaran titik-titik pada diagram scatterplot berikut:

Gambar 4.3

Hasil uji heteroskedastisitas dengan Scatterplot



Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa penyebaran titik-titik yang muncul terbentuk secara acak, penyebaran diketahui tersebut diatas dan dibawah titik 0 pada sumbu Y secara tidak membentuk sebuah pola. Sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi ini tidak ditemukan gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.15
Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.188	.392		3.034	.003
	X1	-.018	.065	-.075	-.285	.776
	X2	.126	.078	.442	1.610	.111
	X3	-.097	.045	-.475	-2.167	.033

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan hasil uji glejser diatas menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi pada variabel persepsi teknologi informasi sebesar 0.776, variabel risiko sebesar 0.111, dan variabel penanganan keluhan sebesar 0.033. Kesimpulan dari pengujian ini menyatakan bahwa variabel independent tersebut tidak terjadi

gejala heterokedastisitas. Hal tersebut dikarenakan nilai signifikansi variabel X1, X2, dan X3 > 0,05.

4.2.4 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.16
Hasil uji regresi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.102	.634		.086
	X1	.592	.105	.494	.000
	X2	.287	.127	.206	.026
	X3	.282	.073	.283	.000

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Persamaan uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 1.102 + 0.592 X_1 + 0,287 X_2 + 0,282 X_3 + e$$

Persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 1.102 merupakan keadaan saat variabel keputusan nasabah belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel persepsi teknologi informasi (X1), risiko (X2), dan penanganan keluhan (X3). Jika variabel independent bernilai 0 maka variabel keputusan nasabah bernilai 1.102.
- b. Nilai koefisien b1 sebesar 0.592, menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y) yang berarti akan menaikkan variabel persepsi teknologi informasi (X1) sebesar 0.592, dengan asumsi bahwa variabel independent dalam model X1 bernilai tetap.

- c. Nilai koefisien b_2 sebesar 0.287, menunjukkan bahwa variabel risiko (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y) yang berarti akan menaikkan variabel risiko (X2) sebesar 0.287, dengan asumsi bahwa variabel independent dalam model X2 bernilai tetap.
- d. Nilai koefisien b_3 sebesar 0.282, menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan nasabah (Y) yang berarti akan menaikkan variabel penanganan keluhan (X3) sebesar 0.282, dengan asumsi bahwa variabel independent dalam model X3 bernilai tetap.

4.2.5 Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.17
Hasil uji koefisien determinan (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.896	.893	1.197

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan hasil uji determinasi diatas hasil yang di dapatkan R^2 sebesar 0,896, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memakai BSI *mobile* dengan presentase sebesar 89,6%, sedangkan 10,4 % ialah variabel lainnya yang tidak diikutkan dalam penelitian.

2. Uji statistik (Uji T)

Tabel 4.18
Hasil uji statistik (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinerarity Statistic		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.102	.634		1.738	.086		
	X1	.592	.105	.494	5.661	.000	.148	6.741
	X2	.287	.127	.206	2.258	.026	.136	7.379
	X3	.282	.073	.283	3.881	.000	.212	4.710

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Dari hasil output spss 23.0 diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil analisis uji statistik sebagai berikut:

- a. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa besaran nilai signifikansi persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,661 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile* secara signifikan.
- b. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi risiko terhadap keputusan nasabah adalah $0,026 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,258 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile*.
- c. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi penanganan keluhan terhadap keputusan nasabah adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3.881 > \text{nilai } t_{tabel} 1,986$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat

pengaruh penanganan keluhan terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile* secara signifikan.

3. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.19
Hasil uji simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1087.846	1	1087.846	568.696	.000 ^b
	Residual	179.810	94	1.913		
	Total	1267.656	95			

Sumber: Data diolah SPSS 23.0, 2023

Berdasarkan hasil uji simultan diatas menunjukkan nilai F statistik sebesar 568.696 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi teknologi informasi, risiko, dan penanganan keluhan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

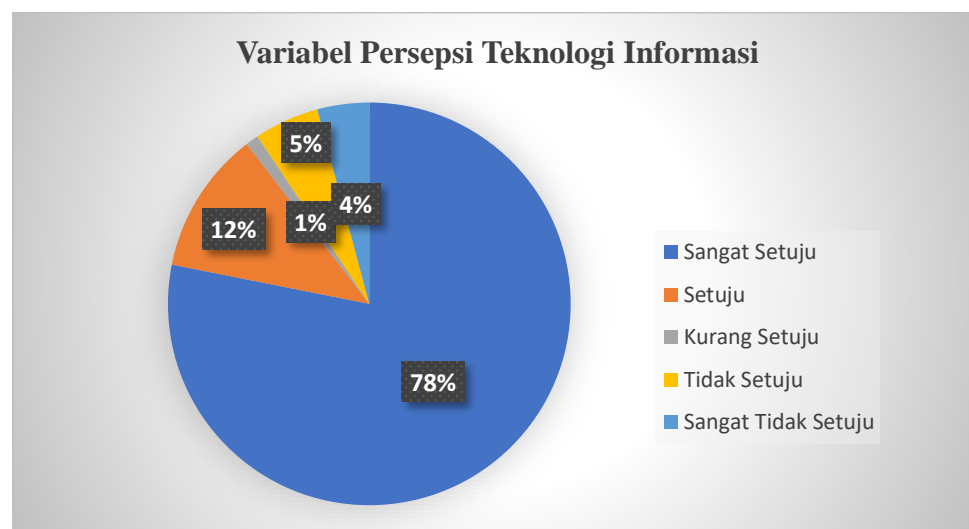
4.3.1 Pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dijalankan memperlihatkan bahwa persepsi teknologi informasi diperoleh nilai positif dengan t_{hitung} sebesar 5.661, yang mana nilai tersebut melebihi nilai t_{tabel} yaitu 1,986. Kemudian signifikansi persepsi teknologi informasi memperlihatkan nilai 0,000 yang mana nilai tersebut dibawah alpha yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan jika H1 yang menyatakan bahwa persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan

BSI *mobile*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan aplikasi BSI *mobile* dipengaruhi secara positif dan signifikan. Artinya, apabila persepsi teknologi informasi meningkat maka keputusan nasabah juga akan meningkat.

Gambar 4.4

Hasil kuesioner persepsi teknologi informasi



Penggunaan teknologi internet selalu meningkat seiring berjalannya waktu. Setidaknya terbukti dengan data yang disajikan oleh nilai transaksi *mobile banking* di Indonesia yang telah mencapai Rp. 3.642 triliun, jumlah tersebut melampaui nilai transaksi ATM dan debit yang berada pada Rp. 3.476 triliun selama 2012. Pada tahun 2017 terjadi penurunan dalam transaksi *mobile banking*. Pertumbuhan *mobile banking* didorong oleh pengguna *m-banking* yang pertumbuhannya cukup pesat. *Mobile banking* suatu aplikasi yang memungkinkan nasabah bank untuk mengakses rekening dan informasi mengenai produk dan jasa suatu bank melalui *smartphone*. Teknologi telah memungkinkan para pembuat keputusan

untuk mengorganisasi distribusi secara radikal, menggabungkan jaringan internet, pemrosesan terpusat, dan lain-lain yang menghasilkan *mobile banking* dan memudahkan konsumen dalam bertransaksi (Andi, 2006)

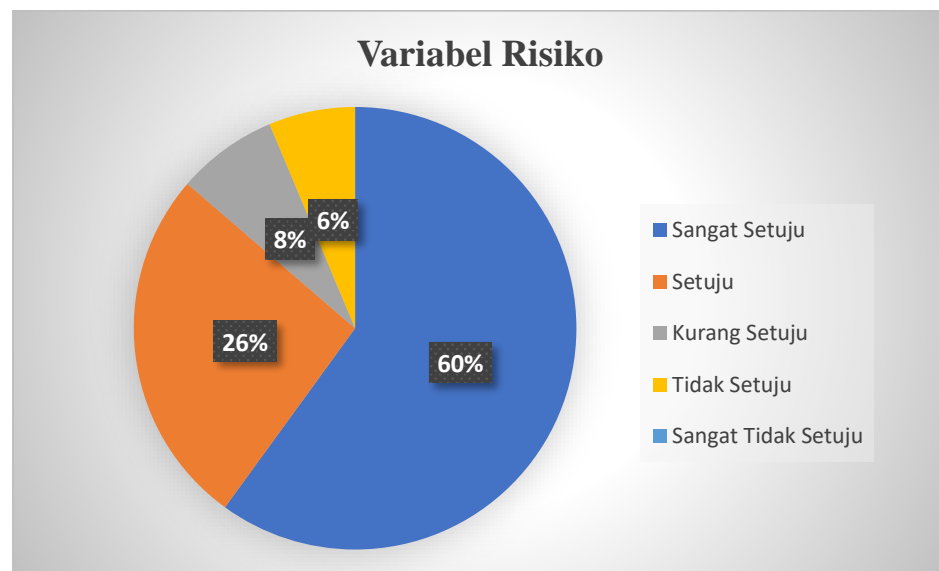
Hal ini menunjukkan bahwa apabila masyarakat Boyolali menggunakan aplikasi BSI *mobile* kemudian merasakan persepsi teknologi informasi dalam penggunaannya, maka segala aktivitas nasabah akan terasa lebih mudah. Semakin mudah aplikasi BSI *mobile* tersebut untuk digunakan bertansaksi maka masyarakat akan semakin percaya dalam mengambil keputusan untuk menggunakan aplikasi tersebut. Bahwa keputusan merupakan langkah penentuan suatu tindakan dengan menentukan dua atau lebih pilihan. Setelah konsumen mengambil keputusan dalam menggunakan aplikasi BSI *mobile* tersebut dengan bermacam kemudahan yang diperoleh. Maka konsumen akan memakai secara berulang dan terus-menerus. Seperti indikator yang terdapat pada keputusan nasabah yang terdiri dari kebutuhan, publikasi, manfaat, dan kepuasan (Kotler & Keller, 2007). Penelitian ini terdapat kesamaan dari hasil riset Matnin et al., (2021), Aulia & Wazdi (2022) dan Deria & Wiryawan (2022) yang menunjukkan bahwa persepsi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile*.

4.3.2 Pengaruh risiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan memperlihatkan bahwa risiko menghasilkan nilai yang positif t_{hitung} sebesar 2.258 yang mana nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,986. Kemudian nilai signifikansi risiko menunjukkan nilai 0,026 yang mana nilai tersebut dibawah nilai alpha yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan jika H_2 yang menyatakan risiko berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali. Sehingga kesimpulannya terdapat pengaruh negatif variabel risiko terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali.

Gambar 4.5

Hasil kuesioner variabel risiko



Menurut Maryanto (2010), risiko yang banyak terjadi adalah adanya orang atau sekelompok orang yang dengan sengaja melakukan kegiatan *phising* yang artinya membuat situs yang mirip dengan situs bank aslinya,

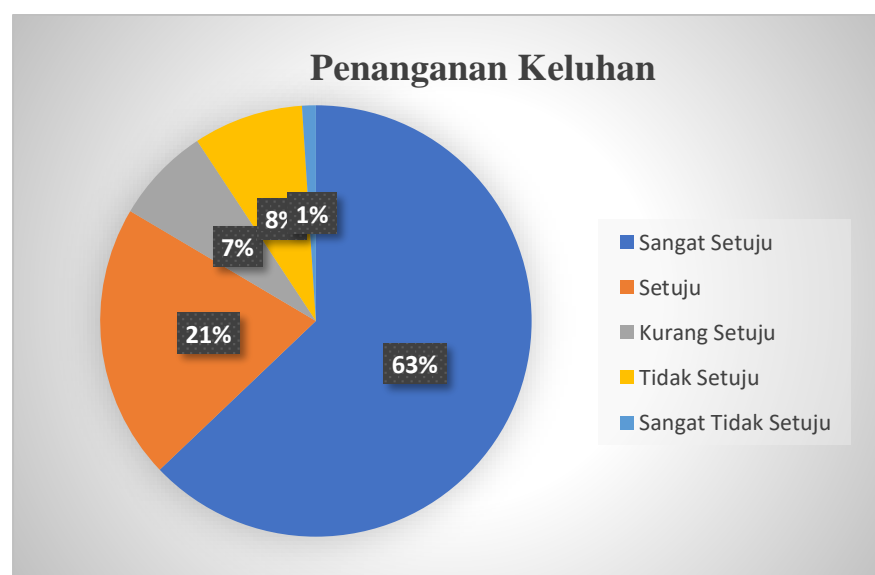
sehingga tanpa disadari oleh nasabah bahwa yang bersangkutan sedang mengakses situs palsu karena logo bank dan formatnya sama persis menyerupai aslinya. Dalam penelitian terdahulu, penelitian yang dilakukan oleh Kim & Prabhakar dalam Soon et al. (2015) mengemukakan bahwa memahami efek risiko pada teknologi perbankan berbasis internet dengan semakin risiko lebih dirasakan maka semakin kecil kemungkinan nasabah akan menerima teknologi yang baru. Hal ini juga didukung pada penelitian Soon et al. (2015) tentang *Factors Influencing the Adoption Behavior of Mobile Banking: A South Korean Perspective* yang menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Karena konsumen tidak tahu apakah kegiatan transaksi yang dijalankan dengan memakai aplikasi BSI *mobile* akan dilakukan dengan cepat dan aman. *Phising* merupakan sebuah kejahatan yang menyamar sebagai perwakilan bank untuk mendapatkan akses ke informasi pribadi milik nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali. Penelitian ini terdapat kesamaan dengan riset yang dijalankan oleh Aulia & Wazdi (2022) dan Suci Mutiari Pabena (2022) memperlihatkan bahwa risiko berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile*.

4.3.3 Pengaruh penanganan keluhan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijalankan memperlihatkan bahwa penanganan keluhan menghasilkan nilai yang positif t_{hitung} sebesar 3.881 yang mana nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1,986. Kemudian nilai signifikansi penanganan keluhan menunjukkan nilai 0,000 yang mana nilai tersebut dibawah nilai alpha yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan jika H_3 yang menyatakan penanganan keluhan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI *mobile* wilayah Boyolali. Artinya, apabila penanganan keluhan meningkat maka keputusan nasabah juga akan meningkat.

Gambar 4.6
Hasil kuesioner variabel penanganan keluhan



Keluhan yang ditangani dengan cepat dan tepat maka akan semakin tinggi pula kepercayaan nasabah untuk menggunakan kembali suatu produk tersebut. Artinya penggunaan terhadap sesuatu tersebut dapat membuat setiap nasabah mempunyai pendapat untuk mengamil keputusan dan jika keputusan tersebut tinggi maka nasabah tersebut berkeputusan untuk menggunakan suatu barang dan jasa tersebut. Dalam hal ini adalah pengaduan terhadap permasalahan dalam menggunakan layanan *mobile banking* di perbankan Syariah (Mutiara & Debby, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan untuk penggunaan aplikasi BSI *mobile* sangat membantu nasabah Boyolali dalam segala aktivitas disektor perbankan. Melalui aplikasi BSI *mobile* yang menyediakan berbagai fitur dapat memudahkan nasabah melakukan berbagai macam transaksi misalnya transfer, *top up*, pembelian, dll. Semakin banyak manfaat yang dirasakan dengan menggunakan aplikasi BSI *mobile* maka semakin banyak pula keluhan yang diajukan oleh nasabah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deria & Wiryawan (2022) dan Aulia & Wazdi (2022) menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap terhadap keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan BSI *mobile*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dijalankan dengan pembuktian hipotesa mengenai aspek-aspek yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *BSI mobile*, maka kesimpulan yang diambil yaitu sebagai berikut:

1. Persepsi teknologi informasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* wilayah Boyolali. Hal ini Berdasarkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 5,661 dan t_{tabel} 1,986 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan sig 0,000. Dengan demikian H1 diterima.
2. Risiko (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* wilayah Boyolali. Hal ini berdasarkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 2,258 dan t_{tabel} 1,986 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan sig 0,026. Dengan demikian H2 diterima.
3. Penanganan keluhan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *BSI mobile* wilayah Boyolali. Hal ini berdasarkan perhitungan nilai t_{hitung} sebesar 3,881 dan t_{tabel} 1,986 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan sig 0,000. Dengan demikian H3 diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Keterbatasan penggunaan variabel independent yang hanya memakai 3 variabel saja.
2. Penyusunan instrument penelitian menggunakan metode kuesioner melalui google formulir yang masih perlu dikembangkan agar dapat mewakili kondisi terbaru pada faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah Boyolali dalam menggunakan *BSI Mobile*.

5.3 Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan atau memakai variabel lain seperti kualitas layanan, strategi pemasaran, kepuasan, dan kepercayaan. Supaya tidak hanya variabel yang ada didalam penelitian ini. Agar mendapatkan hasil yang relevan.

2. Untuk Bank Syariah Indonesia

Diharapkan aplikasi *BSI mobile* selalu mengupdate atau menambah fitur layanan dikarenakan semakin canggih teknologi akan meningkatkan kebutuhan nasabah dalam hal transaksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi Prakosa, A. S. (2019). *M-banking, Kepercayaan Pengguna*. Jurnal Manajemen, Vol.9(2), 270–282.
- Aji, D. P. (2021). *Dampak Pengaruh Sosial, Kegunaan Dan Intensi Menggunakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat Di Jawa Timur Dengan Moderasi Religiusitas*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa STIE.
- Ali, H. Masyud. 2006. *Manajemen Risiko: Strategi Perbankan dan Dunia Usaha Menghadapi Tantangan Globalisasi Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Alvarez, L., Casielles, R. & Martín, A. (2010). *Analysis of the role of complaint management in the context of relationship marketing*. Journal of Marketing Management, 27(1-2), 143-164.
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Anwar Prabu Mangkunegara. (2002). “*Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*”. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Ardiansyah, R. A., & Noor, I. (2020). Analisis Keputusan Nasabah Memilih Perbankan Syariah dalam Penghimpunan dan Penyaluran Dana. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, Vol.8(No.2)*.
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta (2010). *Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Hal 114-126.
- Darma, B. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f, R²)*. Jawa Barat: Guepedia.
- Deria, I. M. D., & Wiryawan, R. (2022). Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi dan *Handling Complaint* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Pembantu Majalaya. *Journal of Applied Islamic Economics and Finance*, 2(2), 238–251. <https://doi.org/10.35313/jaief.v2i2.3680>
- De Treville, S., Bicer, I., Chavez-Demoulin, V., Hagspiel, V., Schürhoff, N., Tasserit, C., & Wager, S. (2014). *Valuing lead time*. Journal of operations management, 32(6), 337-346.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. *Consumer Behavior*, 8th ed, Orlando: The Dryden Press.

- Fandy Tjiptono, 2007, *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Goodman, J. (1999). *Basic facts on customer complaint behavior and the impact of service on the bottom line*. *Competitive Advantage*, 9(1), 1-5.
- Hart, C. W. L., Heskett, J. L., & Sasser, W. E. Jr. (1990). *The profitable art of service recovery*. *Harvard business review*, 68(4), 148-156.
- Herawati, D. N., & Sulistyowati, D. M. (2019). Strategi Marketing Kepuasan dan Loyalitas Nasabah dan Fasilitas Teknologi di Bank Mandiri Syariah Cabang Solo. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan*, 4(1), 15–26.
- Hultén, P. (2012). *A Lindblomian perspective on customer complaint management policies*. *Journal of Business Research*, 65(6), 788-793.
- Indriyani, S., & Mardiana, S. (2016). Pengaruh Penanganan Keluhan (*Complaint Handling*) Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Mahasiswa. *Journal of Business Darmajaya*, Vol.2(01), 10–11. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/615/406%0Ahttps://www.neliti.com/id/publications/75725/pengaruh-penanganan-keluhan-complaint-handling-terhadap-kepercayaan-dan-komitmen>
- Juhriyansyah, Akrim, & Baharuddin. (n.d.). *Pengantar Teknologi Informasi* (T. E. RGP (ed.)).
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Lucas, R. E. (1988). *On The Mechanics of Economics Development*, *Journal of Monetary Economics*, 22(February), pp. 3–42.
- Matnin, Kunaifi, A., & Ubaidillah, A. (2021). Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Risiko Dan *Handling of Complaints* Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Bprs Bakti Sumekar Cabang Pragaan). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 176–190. <https://doi.org/10.37366/jespb.v6i02.246>
- Misra, I., Hakim, S., & Pramana, A. (2020). *Manajemen Risiko: Pendekatan Bisnis Ekonomi Syariah* (Issue July).
- Mufingatun, M., & Prijanto, B. (2020). *Analysis of Factors Affecting Adoption of Mobile Banking Application in Indonesia*. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, Vol.10(1), 31–44. <https://doi.org/10.15408/ess.v10i1.13972>
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). *Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)*. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632>

- Nugroho J. Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen*, "Edisi Revisi" Cetakan Ke-4, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Oktaviani, S., & Basyariah, N. (2022). *Analisis Manajemen Risiko Layanan Mobile Banking Pada Bank Syariah*. *Jurnal Manajemen Dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, Vol. 15,(1), 32–37.
- Ombudsman Western Australia (2010, December). *Guidance for Complaint Handling Officers*. Retrieved 2023-09-01, from <http://www.ombudsman.wa.gov.au/Publications/Documents/guidelines/Guidance-for-Complaint-Handling-Officers.pdf>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2014). *Bijak Berelectronic Banking*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). *Bijak Ber-eBanking*. In *Otoritas Jasa Keuangan*.
- Pavlou, P.A. 2003. *Consumer acceptance of electronic commerce: integrating trust and risk with technology acceptance model*, *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 7 No. 3, pp 69-103.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (1999). *Consumer Behavior, Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jilid kedua, Edisi Keempat. Terjemahan Damos Sihombing dan Peter Remy Yossi Pasla. Jakarta: Erlangga.
- Rifanny Maulana & Iswandi Sukartaatmadja. (2022). *Pengaruh Teknologi Informasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri*. *Jurnal Information Technology and Satisfaction*. Vol. 2 No. 1, 2022.
- Rissa Aulia, & Wazdi, A. I. (2022). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi Risiko dan Handling Complaint terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking di Bank BSI KC suniraja Bandung*. *Jurnal Dimamu*, Vol. 1(No.3), 285–294.
- Rizky Eka Febriansah, & Dewi Ratiwi Meiliza. (2020). *Teori Pengambilan Keputusan*.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Silalahi, F. D. (2022). *Keamanan Cyber (Cyber Security)*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1–285. <http://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/367>
- Simarmata, J., Agnes, M., Yendrianof, D., & Iskandar, A. (n.d.). *Pengantar Teknologi Informasi*.
- Subianto, T. (2007). *Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165–182.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cetakan Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*, Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Di Indonesia*. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 10(2), 275.
- Wirakanda, G. G., & Putri, I. S. (2020). *Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan (Studi Kasus Di Kantor Pos Bandung 40000)*. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(2), 1–11.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/1020/698>

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Risqi Andriani, mahasiswi jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian guna penyusunan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI Mobile”**

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

Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

I. Data Responden

Petunjuk :

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

1. Nama Responden :.....
2. Kecamatan :.....
3. Usia :.....

4. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b.
Perempuan
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa c. PNS
b. Karyawan Swasta d. Lainnya
6. Pendapatan : a. < 2.000.000 c. 3.000.000 -
4.000.000
b. 2.000.000 -3000.000 d. 4.000.000 -
5.000.000
7. Banyak Transaksi pada BSI *Mobile* setiap bulan
 < 5 Kali > 5 Kali
8. Penggunaan transaksi pada BSI *Mobile* setiap bulan
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Info Rekening | <input type="checkbox"/> Layanan Islami |
| <input type="checkbox"/> Transfer & Top Up | <input type="checkbox"/> QRIS |
| <input type="checkbox"/> Pembayaran | <input type="checkbox"/> Investasi |
| <input type="checkbox"/> Pembelian | <input type="checkbox"/> Tarik Tunai |

II. Pernyataan Kuesioner

Petunjuk :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang sudah tersedia!

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

A. Variabel X₁ Persepsi Teknologi Informasi

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	BSI <i>mobile</i> berguna untuk mendukung aktivitas nasabah dalam segala urusan perbankan agar menjadi lebih praktis					
2.	Penggunaan BSI <i>Mobile</i> memungkinkan menyelesaikan transaksi menjadi lebih mudah dan cepat					
3.	BSI <i>mobile</i> membantu pekerjaan dalam waktu sesingkat mungkin dengan menggunakan sumber daya yang sesedikit mungkin tanpa mengorbankan kualitas yang ditentukan.					

B. Variabel X₂ Risiko

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Transaksi melalui BSI <i>mobile</i> memiliki risiko yang rendah					
2.	Transaksi melalui BSI <i>mobile</i> dijamin aman dengan minim kerugian					
3.	BSI <i>mobile</i> mendapat jaminan keamanan dari Bank Syariah Indonesia					

C. Variabel X₃ Penanganan Keluhan

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	BSI <i>mobile</i> selalu mengupayakan penanganan keluhan dengan berempati					
2.	Penyelesaian masalah oleh BSI <i>mobile</i> dilakukan dengan cepat dan memuaskan					

3.	BSI <i>mobile</i> memberikan keadilan dalam memecahkan masalah					
4.	BSI <i>mobile</i> memberikan kemudahan dalam pengaduan keluhan kejenjang perusahaan					

D. Variabel Y, Keputusan Nasabah dalam menggunakan BSI *mobile*

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Keputusan nasabah menggunakan BSI <i>mobile</i> membantu kebutuhan nasabah di sector Perbankan					
2.	Pengambilan keputusan nasabah yang tertarik banyak informasi melalui BSI <i>mobile</i>					
3.	Proses pengambilan keputusan nasabah dalam menggunakan BSI <i>mobile</i>					

	untuk mengevaluasi manfaat					
4.	Nasabah merasa puas karena pelayanan yang diberikan oleh BSI <i>mobile</i>					

Lampiran 2

Tabulasi Data Responden

Persepsi Teknologi Informasi

No	Persepsi Teknologi Informasi (X1)			Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	4	4	4	12
2	4	5	4	13
3	5	4	5	14
4	2	2	2	6
5	2	1	3	6
6	5	1	2	8
7	5	5	5	15
8	3	4	3	10
9	5	5	5	15
10	5	4	5	14
11	1	1	1	3
12	1	1	1	3
13	5	5	5	15
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	5	13
17	2	2	2	6
18	2	1	1	4
19	1	2	1	4
20	1	2	2	5
21	5	5	5	15
22	5	5	5	15
23	2	2	2	6
24	4	4	4	12
25	5	5	4	14
26	4	4	5	13
27	5	4	3	12
28	4	4	5	13
29	5	5	5	15
30	5	5	5	15
31	5	4	4	13
32	5	4	4	13
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	5	5	5	15
37	5	5	5	15
38	5	5	5	15
39	5	5	5	15

40	5	5	5	15
41	5	5	4	14
42	5	5	5	15
43	5	5	5	15
44	5	5	5	15
45	5	5	5	15
46	5	5	5	15
47	5	5	5	15
48	5	5	5	15
49	5	5	4	14
50	4	5	5	14
51	5	5	5	15
52	5	5	5	15
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	5	5	4	14
56	5	4	4	13
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	5	5	15
60	5	5	5	15
61	5	5	5	15
62	5	4	5	14
63	5	5	5	15
64	5	5	4	14
65	5	5	5	15
66	5	5	4	14
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	5	5	5	15
70	5	5	5	15
71	5	5	5	15
72	5	5	5	15
73	5	5	3	13
74	5	5	5	15
75	5	5	5	15
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	4	5	14
81	5	5	5	15
82	5	5	5	15
83	5	4	4	13
84	5	5	5	15
85	5	4	4	13
86	5	5	5	15
87	5	5	5	15

88	5	5	5	15
89	4	5	5	14
90	4	4	5	13
91	5	5	5	15
92	5	5	4	14
93	5	5	5	15
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	5	5	5	15

Risiko

Risiko (X2)			Total X2
X2.1	X2.2	X2.3	
4	4	4	12
4	5	4	13
4	5	4	13
2	2	2	6
2	2	1	5
4	3	3	10
4	5	5	14
4	3	3	10
5	5	5	15
2	3	4	9
3	3	1	7
1	3	1	5
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
2	2	2	6
2	2	2	6
1	2	2	5
2	2	2	6
5	5	5	15
5	5	5	15
2	3	2	7
4	4	4	12
4	4	5	13
5	4	4	13
4	5	5	14
5	5	4	14
4	4	5	13
4	4	5	13
4	5	4	13
4	4	4	12
5	5	5	15

5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	4	14
3	5	5	13
5	5	4	14
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	4	14
5	4	4	13
4	5	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	5	13
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	3	5	12
5	5	5	15
5	5	4	14
5	4	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	5	15
4	5	5	14

4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	5	14
4	5	5	14
5	4	4	13
5	5	5	15
5	5	4	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	5	14
5	5	4	14
5	5	5	15
5	4	4	13
4	5	5	14

Penanganan Keluhan

Penanganan Keluhan				Total X3
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
2	3	2	3	10
3	2	2	1	8
1	1	3	3	8
5	5	5	5	20
4	3	3	3	13
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
1	2	2	2	7
2	2	2	2	8
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
2	2	2	2	8
2	1	1	2	6
2	2	2	2	8
1	2	2	2	7
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
2	4	3	3	12
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	4	5	4	16
5	5	5	5	20

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

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

Keputusan Nasabah

Keputusan Nasabah (Y)				Total Y
Y1	Y2	Y3	Y4	
4	3	3	4	14
4	4	4	5	17
5	5	4	5	19
2	2	2	2	8
2	2	1	2	7
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
2	2	2	2	8
2	2	2	2	8
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
4	5	5	4	18
2	2	2	2	8
1	2	2	2	7
1	2	2	2	7
1	2	1	2	6
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
2	3	2	2	9
4	4	4	4	16
5	5	4	3	17
4	5	5	4	18
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
3	4	4	5	16
4	4	4	5	17
5	5	4	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	5	4	19
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
4	4	5	5	18
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	5	5	5	20

Lampiran 3

Hasil Uji SPSS

Hasil Uji Validitas

Variabel Persepsi Teknologi Informasi

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.847**	.830**	.939**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.847**	1	.872**	.956**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.830**	.872**	1	.950**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.939**	.956**	.950**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Variabel Risiko

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.774**	.740**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.774**	1	.764**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.740**	.764**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.916**	.916**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Variabel Penanganan Keluhan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.816**	.736**	.720**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.816**	1	.831**	.829**	.944**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.736**	.831**	1	.835**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.720**	.829**	.835**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.893**	.944**	.924**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Variabel Keputusan Nasabah

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.909**	.835**	.833**	.951**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.909**	1	.843**	.820**	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.835**	.843**	1	.853**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.833**	.820**	.853**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.951**	.947**	.939**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Persepsi Teknologi Informasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	3

Variabel Risiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	3

Variabel Penanganan Keluhan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	4

Variabel Keputusan Nasabah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	4

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Y

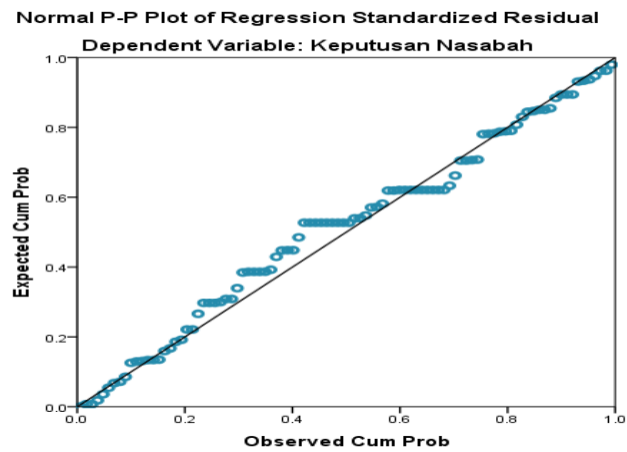
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38244670
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.053
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.096 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Uji Multikolinearitas

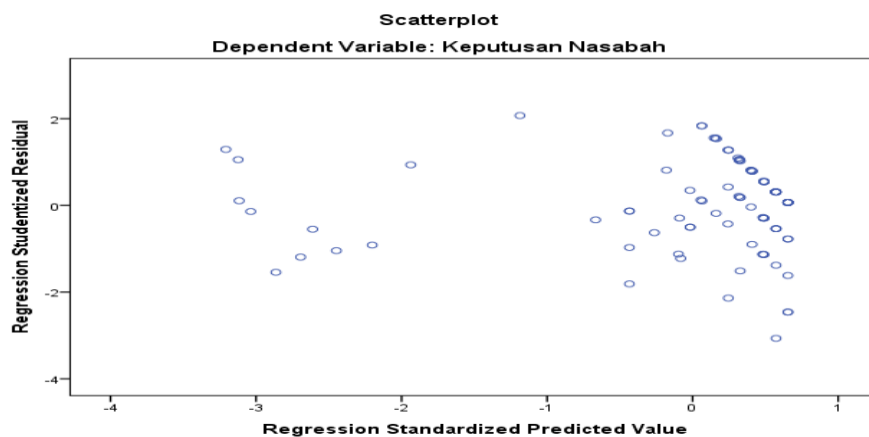
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.102	.634		1.738	.086		
	Persepsi Teknologi Informasi	.592	.105	.494	5.661	.000	.148	6.741
	Risiko	.287	.127	.206	2.258	.026	.136	7.379
	Penanganan Keluhan	.282	.073	.283	3.881	.000	.212	4.710

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.217	.388		3.136	.002		
	X1	-.016	.064	-.066	-.257	.797	.150	6.654
	X2	.123	.077	.425	1.585	.116	.136	7.348
	X3	-.099	.045	-.478	-2.219	.029	.211	4.743

a. Dependent Variable: RES2



Hasil Uji Hipotesis

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1135.875	3	378.625	264.328	.000 ^b
	Residual	131.781	92	1.432		
	Total	1267.656	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Persepsi Teknologi Informasi, Risiko

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.102	.634		1.738	.086		
	Persepsi Teknologi Informasi	.592	.105	.494	5.661	.000	.148	6.741
	Risiko	.287	.127	.206	2.258	.026	.136	7.379
	Penanganan Keluhan	.282	.073	.283	3.881	.000	.212	4.710

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Uji R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.947 ^a	.896	.893	1.197

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Persepsi Teknologi Informasi, Risiko

b. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Lampiran 4

R Tabel

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274

T Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	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

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

Lampiran 6

Cek Plagiasi 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*, mencrangkan bawah mahasiswa di bawah ini:

Nama : Risqi Andriani
 NIM : 195231320
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Boyolali dalam Menggunakan BSI *Mobile*.
 Paper ID : 2218683259
 Date : Kamis, 09 November 2023
 Hasil menunjukkan SIMILARITY INDEX : 18%

Sukoharjo, 09 November 2023

 Farah Nilawati, S.Sos.I
 NIK.19890607201810203

LAMPIRAN

Muna_Risqi_PBS			
18%	18%	9%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	UNKNOW PAPER
	epprints.iain-surakarta.ac.id		7%
	media.neliti.com		1%
	jurnal.itik.ac.id		1%
	epprints.walisongo.ac.id		1%
	Submitted to Universitas Putera Batam		1%
	ulilalbabinsitute.com		1%
	repository.usd.ac.id		1%
	repository.ar-raniry.ac.id		1%
	repository.stie-aub.ac.id		<1%