

**PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK, PENGETAHUAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS MELALUI BSI *MOBILE*
(Studi Pada Masyarakat Kota Surakarta)**

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:

ANNAS YULI SETYAWAN
NIM 19.52.31.259

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

**PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK, PENGETAHUAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS MELALUI BSI *MOBILE*
(Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)**

SKRIPSI

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

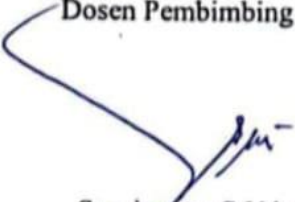
Oleh:

ANNAS YULI SETYAWAN
NIM 19.52.31.259

Sukoharjo,

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing Skripsi



Supriyanto, S.Ud, M.Ud
NIP. 19860306 201503 1 005

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annas Yuli Setiawan
NIM : 195231259
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS MELALUI BSI *MOBILE* (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)".

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 03 Agustus 2023



Annas Yuli Setiawan

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annas Yuli Setiawan
NIM : 195231259
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK, PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS MELALUI BSI *MOBILE* (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data kuesioner dari kepala urusan keuangan dan operator Siskeudes di Kabupaten Madiun. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Sukoharjo, 03 Agustus2023



Annas Yuli Setiawan

Supriyanto, S.Ud, M.Ud
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : AnnasYuli Setiawan
Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

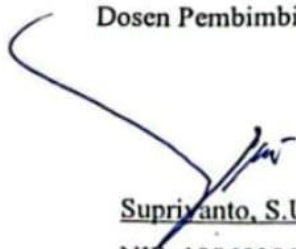
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Annas Yuli Setyawan NIM: 19.52.31.259 yang berjudul: "PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK, PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS MELALUI BSI *MOBILE* (Studi Pada Masyarakat Kota Surakarta)".

Sudah dapat di munaqasah kan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Eknomi (S.E) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat. Demikian atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sukoharjo, 03 Agustus 2023

Dosen Pembimbing Skripsi


Supriyanto, S.Ud, M.Ud

NIP. 19860306 201503 1 005

PENGESAHAN

**PENGARUH KEMUDAHAN, FITUR PRODUK, PENGETAHUAN
TERHADAP KEPUTUSAN MEMBAYAR ZIS
MELALUI BSI MOBILE
(Studi pada Masyarakat Kota Surakarta)**

Oleh:

ANNAS YULI SETYAWAN
NIM. 19.52.31.259

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqasyah
pada hari Selasa tanggal 06 September 2023 M / 20 Syafar 1445 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Waluyo, Lc.,M.A.
NIP. 19790910 201101 1 003

Penguji II
Dr. Agung Abdullah, M.M.
NIP. 19850301 201403 1 003

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



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



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

MOTTO

“Tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Tidak ada kemudahan tanpa doa. – Ridwan Kamil”

“Hiduplah seakan-akan kamu akan mati hari esok dan belajarlh seolah kamu akan hidup selamanya. – Mahatma Gandhi”

“Berlomba-lombalah kamu untuk mendapatkan ampunan dari Tuhanmu dan surga yang luasnya seluas langit dan bumi, yang disediakan bagi orang-orang yang beriman kepada Allah dan rasul-rasul-Nya. Itulah karunia Allah, yang diberikan kepada siapa yang dia kehendaki. Dan Allah mempunyai karunia yang Besar (Q.S. Al-Hadid:21)”

“Hidup adalah kegelapan jika tanpa hasrat dan keinginan. Dan semua hasrat dan keinginan adalah buta, jika tidak disertai pengetahuan. Dan pengetahuan adalah hampa jika tidak diikuti dengan pelajaran, dan setiap pelajaran akan sia-sia jika tidak disertai keikhlasan (Kahlil Gibran)”

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk:

Bapak (Sambudi) dan Ibuku (Sudarwi) dan Aninda Purnamasari tercinta, yang tiada pernah hentinya Selama ini memberiku semangat, do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga saya selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada didepan saya.

Untuk kakakku (Lilis Setyowati dan Imas wiguna Putra) dan adik saya Ilham Arya Febriyanto. Terima kasih untuk dukungan dan do'anya, yang selalu memberikan wejangan dan semangat saya.

Sahabat-sahabatku (M. Saiful, Rafif Atallah, Siti Marhamah, Widya, Novita, Suhadah) yang selalu memberikan support, dan teman-teman Perbankan Syariah yang telah memberikan kebersamaan dalam kuliah ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji bagi syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Fitur Produk, Kemudahan, Pengetahuan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI *Mobile* (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.

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. H. Mudhofir Abdullah, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE.,M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
4. Rais Sani Muharrami, S.E.I., M.E.I selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah
5. Yulfan Arif Nurohman, M.M., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Supriyanto, S.Ud, M.Ud, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Dr. Agung Abdullah, M.M., Dr. Waluyo, Lc.,MA., Melia Kusuna, M.M., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan arahan pada penulis pada saat menguji.
9. Kedua orang tua, Bapak Sambudi dan Ibunda Sudarwi . Terimakasih atas segala perjuangan, pengorbanan, dukungan dan doa untuk penulis dari kecil hingga menempuh pendidikan Sarjana di Perguruan Tinggi Negeri. Semoga penulis dapat membalas jasa dan membanggakan sesuai harapan.
10. Kakakku terbaik Lilis Setyowati dan Imas Wiguna Putra, dan adikku tersayang Ilham Arya Febriyanto.
11. Keluarga besar Bapak dan Ibuku yang memberikan segenap perhatian dan dukungan.
12. Sahabat dan teman - temanku, Aninda Purnamasari, Rafif Attallah, Siti Marhamah, Suhada yang sudah kebersamai dan menyelesaikan studi ini. Juga teman – teman Sragen ku yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang sudah baik mendengarkan keluh kesah dan memberi dukungan dalam pengerjaan skripsi ini..

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakara, 03 Agustus 2023

Annas Yuli Setiawan

ABSTRACT

The purpose of this study was conducted to determine the effect of Convenience, Product Features, Knowledge on the Decision to Pay Zis Through BSI in Surakarta. This type of research is quantitative. The population used in this study is BSI users who make Zis payments through the BSI Mobile application. The sampling technique of this study uses the technique Unknown Populations with a calculation result of 96.4 rounded up to 100 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires. The data analysis technique in this research was to answer the questionnaire using SPSS.25. Based on the Convenience Variable (X1) on the Decision to Pay ZIS Through BSI Mobile (Y), the research results obtained a t count of 2.729, which means $t_{count} > t_{table}$ with a significant value of $0.008 < 0.05$. So it can be concluded that convenience has a positive effect on the decision to pay through BSI Mobile. Based on the Product Feature Variable (X2) on the Decision to Pay Zis Through BSI Mobile (Y) a t count value of 4.458 is obtained, which means that the $t_{count} > t_{table}$ value with a significant value of $0.000 > 0.05$, it can be concluded that product features have a positive effect on decision to pay through BSI Mobile. Based on the Knowledge Variable (X3) on the Decision to Pay ZIS Through BSI Mobile (Y), a t-count value of 1.831 is obtained, which means that the t-count value $< t_{table}$ value with a significant value of $0.007 > 0.050$. So it can be concluded that risk has a negative and significant effect on the decision to use BSI Mobile. The conclusion of this research is that BSI Mobile users in terms of convenience, product features, knowledge influence the decision to pay ZIS through BSI Mobile.

Keywords: BSI Mobile, Convenience, Product Features, Knowledge, and ZIS

Payment

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI di Surakarta. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengguna BSI yang melakukan pembayaran ZIS melalui aplikasi BSI Mobile. Teknik pengambilan Sampel penelitian ini menggunakan teknik *Unknown Populations* dengan hasil perhitungan sebesar 96,4 dibulatkan menjadi 100 responden. Teknik pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini untuk menjawab kuesioner dengan menggunakan SPSS.25. Hasil penelitian berpengaruh pada Berdasarkan Variabel Kemudahan (X1) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile(Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,729 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan keputusan membayar melalui BSI Mobile. Berdasarkan Variabel Fitur Produk (X2) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile(Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,458 yang artinya nilai t hitung $> t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan membayar melalui BSI Mobile. Berdasarkan Variabel Pengetahuan (X3) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile(Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,831, yang artinya nilai t hitung $< t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,007 > 0,050$. Maka dapat disimpulkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pengguna BSI Mobile dalam kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan berpengaruh terhadap Keputusan pembayaran ZIS melalui BSI Mobile.

Kata Kunci : BSI Mobile, Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan, dan Pemabayaran ZIS

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN.....	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	13
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Batasan Masalah	14
1.6 Jadwal Penelitian	15
1.7 Sistematika Penulisan	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Kajian Teori.....	17
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)	17
2.1.2 Keputusan.....	18
2.1.3 Kemudahan	21
2.1.4 Fitur Produk.....	23
2.1.5 Pengetahuan	26
2.2 Penelitian yang Relevan.....	28

2.3	Kerangka Berfikir	34
2.4	Hipotesis.....	35
2.4.1	Faktor Kemudahan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile.....	35
2.4.2	Faktor Fitur Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile.....	35
2.4.3	Faktor Kepercayaan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	38
3.3	Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1	Populasi.....	38
3.3.2	Sampel	39
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.5	Data dan Sumber Data	40
3.6	Teknik Pengumpulan Data	40
3.7	Variabel Penelitian.....	41
3.7.1.	Variabel Dependen (Y)	41
3.7.2.	Variabel Independen (X).....	42
3.8	Definisi Operasional Variabel	42
3.9	Analisis Data	44
3.9.1.	Uji Statistik Deskriptif	44
3.9.2.	Uji Instrumen Penelitian.....	45
3.9.3.	Uji Asumsi Klasik	46
3.9.4.	Uji Ketepatan Model.....	48
3.9.5.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.9.6.	Uji Hipotesis (Uji T).....	49
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Gambaran Umum Penelitian	50
4.1.1	Deskripsi Penelitian	50

4.1.2 Deskripsi Responden	50
4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	55
4.2.1 Statistik Deskriptif	55
4.2.2 Uji Instrumen Penelitian	58
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	61
4.2.4 Uji Ketepatan Model.....	64
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.2.6 Uji Hipotesis (T).....	67
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data	69
4.3.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile.....	69
4.3.2 Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile.....	70
4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	75
5.3 Saran-Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan.....	28
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	42
Tabel 4. 1 Hasil Pendistribusian Kuesioner.....	51
Tabel 4. 2 Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 3 Deskripsi Data Berdasarkan Usia	52
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Berdasarkan Kecamatan.....	53
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Berdasarkan Penghasilan.....	55
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan	56
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Fitur Produk	56
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan.....	57
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 13 Tingkatan Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji F.....	65
Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	66
Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015-2023	1
Gambar 1. 2Tampilan Aplikasi BSI Mobile	9
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	81
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	82
Lampiran 3 item Pertanyaan Kuesioner	85
Lampiran 4 Tabulasi Data	87
Lampiran 5 Hasil uji Validitas	94
Lampiran 6 Uji Reabilitas.....	99
Lampiran 7 Uji Normalitas	100
Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas	101
Lampiran 9 Uji Multikolinieritas	102
Lampiran 10 Uji F.....	103
Lampiran 11 Uji T.....	104
Lampiran 12 Koefisien Determinasi	106
Lampiran 13 Regresi Linier Berganda	107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era masa zaman digital sekarang teknologi semakin pesat, masyarakat sering menggunakan internet sebagai sumber informasi di dalam atau pun luar negeri. Terbukti dengan pesatnya teknologi internet dapat dijangkau semua kalangan mulai dari anak kecil hingga lansia. Perkembangan teknologi telah mengubah gaya hidup masyarakat, dan menjadi jelas bahwa mereka tidak bisa lepas dari perangkat elektronik. Platform online seperti situs web, media sosial, dan alat digital lainnya memfasilitasi komunikasi dan keterlibatan komunitas.

Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015- 2023

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015-2023



Sumber: Finaka (2023)

Melonjaknya penggunaan internet dan ponsel pintar oleh masyarakat menjadi indikasi positif berkembangnya layanan dan produk keuangan berbasis fintech yang dapat ditemukan di seluruh Indonesia. Pemanfaatan teknologi ini harus segera di implementasikan untuk menciptakan inklusi keuangan yang lebih besar merata dan komprehensif, terutama produk dan layanan berdonasi. Hal ini menandakan bahwa penggunaan internet dan smartphone semakin meningkat setiap tahunnya.

Berdasarkan data statistik tahun 2019 terdapat jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sebesar 95,2 juta orang, meningkat 13,3% dibandingkan tahun 2017 yang jumlah penggunanya sebesar 84 juta orang. Jumlah pengguna internet di Indonesia akan terus meningkat di tahun mendatang, dengan rata-rata tingkat pertumbuhan sebesar 10,2% dari tahun 2018 hingga 2023. Tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan mencapai 107,2 juta orang, meningkat 12,6% dibandingkan tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai 150 juta pengguna. Statista juga mengatakan bahwa media sosial dan perpesanan merupakan aktivitas online paling populer di Indonesia. (Jayani, 2019).

Kekayaan memegang peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Al-Qur'an menjelaskan bahwa kekayaan tidak hanya beredar di tangan orang-orang kaya saja, namun mereka yang mempunyai banyak kekayaan mampu memperoleh segala kebutuhannya. Mereka yang berkuasa harus menyadari bahwa kekayaan yang mereka miliki juga mencakup hak-hak orang miskin dan yang membutuhkan. Manusia diciptakan oleh Allah SWT sebagai makhluk sosial, artinya selalu berinteraksi dengan orang lain. Islam memandang persoalan Muamara sebagai persoalan yang krusial dan islam juga mengatur

hubungan manusia dengan orang lain.

Kondisi perekonomian yang tidak seimbang, seluruh umat Islam dianjurkan untuk bersedekah secara sukarela agar kelompok yang kurang mampu secara materi mendapat bantuan dari saudara-saudarinya yang memiliki kelebihan kekayaan. Indonesia mempunyai ideologi Pancasila dan sila kelima adalah keadilan sosial bagi seluruh warga negara Indonesia. Nilai dari prinsip ini dapat kita petik dari sikap kita yang harus menjaga sesama warga negara dengan cara bersedekah kepada bangsa Indonesia. Kita berharap kedepannya bisa lebih baik lagi, namun sedekah juga merupakan amalan yang diridhai Allah dan membantu orang lain keluar dari masalah.

Islam adalah ideologi komprehensif yang mengatur seluruh aspek kehidupan. Islam pada dasarnya adalah agama sentris yang tidak membedakan antara keyakinan sekuler dan keyakinan Ukraina (Yusuf, 2020). Zakat bagi umat Islam merupakan kewajiban yang ditetapkan oleh Al-Quran, Sunnah Nabi dan ijma para ulama. Zakat merupakan ajaran penting karena merupakan rukun Islam yang ketiga (Istiqomah dan Fauzi, 2021).

Di dalam Al-Quran terdapat 28 ayat yang menunjukkan urutan shalat yang sebanding dengan urutan zakat. Q.S al-Baqarah : 43: "Dirikanlah salat, tunaikanlah zakat, serta ruku`lah bersama orang-orang yang ruku`". Pemahaman para ahli zakat adalah keseimbangan manusia dalam urusan dunia dan akhirat dengan bentuk nyata menghindari perilaku menumpuk-numpuk harta sebagaimana Qoruna (Lestari dan Fauzi, 2022).

Islam tidak hanya mewajibkan zakat tetapi juga menganjurkan infaq, sadaqah dan wakaf. Walaupun zakat sendiri juga merupakan bagian dari infaq, hal ini dikarenakan infaq tidak hanya berkaitan dengan apa yang wajib namun juga dengan sunnahnya, sehingga dalam banyak hal ketiganya berjalan

beriringan dengan istilah Zakat Infaq Sadaqah (ZIS). dilembagakan secara profesional. Faktanya, organisasi ini tidak hanya menerima ZIS tetapi juga wakaf pada khususnya; wakaf tunai (Ahmad Syafiq, 2018).

Menurut Undang-Undang RI No 23 Tahun 2011 tentang pengelolaan zakat, lembaga Amil Zakat (LAZ) adalah “lembaga yang dibentuk masyarakat yang memiliki tugas membantu pengumpulan, pendistribusian dan pendayagunaan zakat”. Terbentuknya dewan Amil Zakat di Indonesia mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia. Jika potensi dana ZIS dapat dikelola dengan baik oleh pengelola amil zakat dan lembaga amil maka angka kemiskinan setiap tahunnya akan menurun (Khairina, 2019).

Perbankan Syariah sebagai lembaga intermediasi, menjadi lembaga yang mana mempertemukan antara manusia yang memiliki kelebihan harta untuk dialokasikan ke manusia yang membutuhkan (Faqih, 2018). Transformasi digital didunia perbankan tak sebatas untuk tujuan memudahkan dalam mengelola keuangan. Perkembangan teknologi sekarang BSI Mobile telah menciptakan kotak amal digital yang berguna untu memudahkan dalam berdonasi dengan sekali klik.

BSI memanfaatkan platform *BSI Mobile* melalui fitur.Jadiberkah.id yang diperuntukan untuk penggalangan dan infaq di BSI yang menjadi fitur unggulan dari Bank Syariah Indonesia untuk para nasabah yang ingin melakukan kewajiban muslim yaitu berbagi atau yang disebut ZIS yang memudahkan nasabah untuk berbagi keberkahan (Rahmanungsih, 2020).

Nasabah BSI Mobile pada bulan Maret 2022 mencapai 3,37 juta pengguna aktif, pada bulan Juni 2022, pengguna BSI Mobile mencapai 4,07 juta pada bulan Juni 2022, meningkat sebesar 81%, dan pada bulan September, BSI

Mobile meningkat mencapai 4,44 juta pengguna atau meningkat sebesar 43%. dibandingkan periode yang sama tahun lalu (Dyah, 2022). Meningkatnya jumlah pengguna dipengaruhi oleh perubahan perilaku masyarakat, seiring dengan semakin banyaknya masyarakat yang beralih ke saluran elektronik, ATM, dan layanan internet banking BSI Mobile.

Mobile Banking dapat memberikan kualitas layanan karena hanya dengan koneksi nirkabel, konsumen dapat dengan mudah menyelesaikan transaksi kapanpun dan dimanapun. Kemudahan penggunaan mobile banking juga sangat efektif karena Anda tidak perlu antri untuk bertransaksi di bank. Perbankan syariah di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada 1991.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, potensi sektor keuangan syariah tentunya sangat menjanjikan di masa depan. Hal ini tentunya dapat terjadi jika adanya koordinasi antar pemangku kebijakan serta kesadaran masyarakat terhadap transaksi halal berbasis syariah terus diterapkan dalam prinsip ekonomi (Ainin, 2022).

BSI memanfaatkan platform BSI Mobile melalui fitur Jadiberkah.id yang diperuntukan untuk penggalangan dan infaq di BSI yang menjadi fitur unggulan dari Bank Syariah Indonesia untuk pelanggan yang ingin memenuhi kewajiban Islam mereka, yang melibatkan berbagi nama disebut ZIS yang memudahkan nasabah untuk berbagi keberkahan.

Bank Syariah Indonesia (BSI) dalam persaingan bisnis berkomitmen untuk bertransformasi menjadi bank digital, tidak hanya dalam memudahkan dalam membantu masyarakat mengelola keuangan. Kini BSI mobile menyediakan kotak amal digital yang berbentuk fitur berbagi ZIS tanpa terikat waktu dan lokasi dalam menunaikan kewajibannya dalam membayar zakat

ataupun bersedekah.

Keunggulan dari layanan ini tentunya tidak terdapat pada kebanyakan aplikasi Mobile Banking dan situs penyaluran ZIS pada umumnya, dengan mengelola zakat, wakaf, infaq dan shodaqoh dengan baik maka anda akan berpeluang memperoleh penghasilan dari hasilnya. Memenuhi kebutuhan negara dengan membantu pihak yang membutuhkan (Rahmanungsi, 2022).

Penggabungan BRI Syariah tahun 2020 mencatat sebesar Rp.49,6 triliun, BNI Syariah Rp 50,78 triliun dan Bank Mandiri Syariah memiliki total aset Rp.114,4 Triliun. Tanggal 1 Februari 2021 bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H, hingga akhirnya menggabungkan daftar 3 bank syariah besar dibawah naungan BUMN yaitu PT Bank Syariah Mandiri Tbk, PT Bank BNI. Syariah Tbk dan PT Bank BRI Syariah Tbk menjadi besaran baru bernama Bank Syariah Indonesia atau BSI (Alif, 2021)

Beberapa strategi Bank BSI untuk membentuk unit pengelola zakat nasional. Perusahaan juga bermitra dengan beberapa organisasi amil zakat untuk mengembangkan fitur smart donation guna memudahkan dan mempercepat pendistribusian zakat digital Sedangkan pada tahun 2021, penerimaan ZIS diperkirakan mencapai Rp19,77 triliun dan meningkat menjadi Rp54,32 triliun pada tahun 2023. Perbankan sebagai placeholder dana ZIS tentunya akan terus mengalami tren peningkatan selama penerimaan ZIS terus meningkat. Khusus wakaf, bank syariah kini dikenal sebagai lembaga keuangan syariah yang menerima wakaf (Richard, 2021).

Tabel 1.1 Uraian Sumber Dana Zakat Tahun 2020-2021

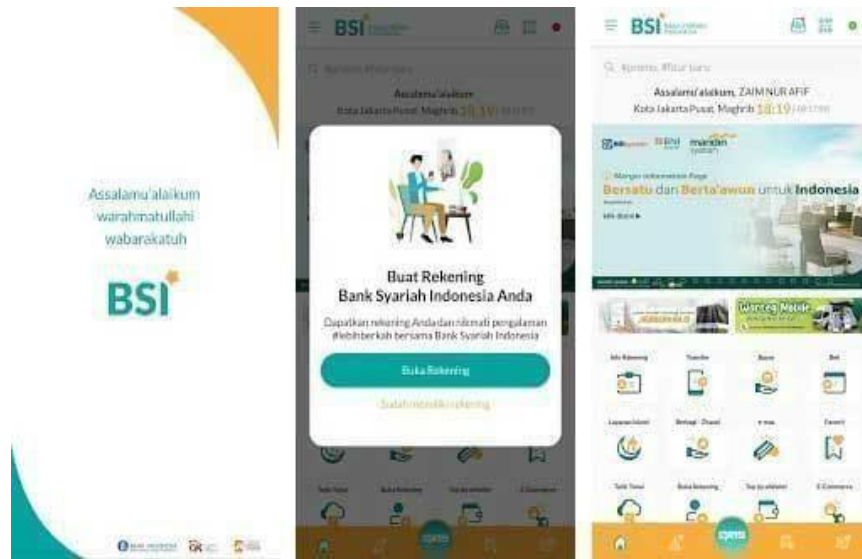
Uraian		
Sumber Dana Zakat (Rp Juta)	2021	2020
Zakat	231.813	177.873
Infaq/Sedekah	50.280	35.816
Total	286.400	216.763

Sumber : Data diolah berdasarkan Laporan Keuangan BSI

Mobile BSI merupakan perangkat sosialisasi yang memiliki tujuan untuk kemudahan dalam transaksi dengan menggunakan *handphone* jaringan 3G/4G dan Wifi. Nasabah dengan mudah mendapatkannya dengan cara mendownload melalui Playstore atau Appstore. Aplikasi ini memiliki kemudahan dalam bertransaksi, bersedekah, dan menawarkan melalui bantuan highlight yang disajikan oleh Bank. Secara resmi BSI Mobile beroperasi mulai tanggal 1 Februari 2021 yang berbasis syariah. BSI Mobile sudah diakses lebih dari 5 juta pengguna hingga sekarang bank BSI terus mengembangkan sistemtransaksi bank (Lutfiah, dkk. 2020)

Fitur-fitur yang terdapat pada BSI Mobile antara lain: Informasi Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS, Emas, Tarik Tunai, Favorit, Al-Qur'an dan Hikmah, ATM Cabang, Donasi online dan fitur lainnya. Berdonasi secara online (Donasi online atau infaq adalah fitur unggulan Bank Syariah Indonesia (BSI) yang memudahkan nasabah untuk menunaikan kewajiban syariahnya, khususnya berbagi atau bersedekah yang disebut dengan zakat. Fitur ini juga merupakan fitur yang memudahkan dalam berdonasi. agar kamu dapat membagikan nikmatmu dan menunaikan tugasmu. Salah satu cara bagi umat Islam adalah dengan melakukan donasi atau zakat secara online.

Gambar 1. 2Tampilan Aplikasi BSI Mobile



Bank Syariah Indonesia dalam menghimpun dana zakat infaq sedekah melalui BSI Mobile dilatar belakangi oleh tujuan BSI untuk menjangkau lebih banyak generasi milenial. Terlebih karena generasi milenial lebih mengerti terhadap perkembangan *fintech* sehingga lebih mengerti fitur berbagai yang ada di BSI mobile. BSI bisa menjadi pilihan masyarakat untuk penyaluran ZIS secara instan melalui layanan platform. BSI Ponsel. Hingga Maret 2021, dana ZIS telah terkumpul sekitar Rp 3,26 miliar melalui aplikasi BSI Mobile. Total donasi ini berasal dari 99.000 donatur. Direktur Senior BSI Hery Gunardi mengutakan potensi ZIS di Indonesia diperkirakan lebih dari Rp 300 triliun dan apakah bisa dimobilisasi dengan baik atau tidak.

Ketua Baznas RI Noor Achmad menegaskan, tingkat literasi zakat di Indonesia masih berada pada level rata-rata yang rendah. Hal inilah yang menyebabkan penerapan ZIS hingga saat ini belum optimal. Masyarakat masih banyak yang terbiasa mengumpulkan ZIS melalui pihak lain non-lembaga pengumpul resmi karena masyarakat belum paham dan mengerti adanya fitur berbagai pada BSI Mobile yang lebih dapat dipercaya penyalurannya.

Surakarta merupakan kota yang memiliki aneka ragam tradisi yang di anut oleh masyarakat, sehingga kota ini dijadikan ikon yang menarik jawa tengah. Solo tercatat jumlah penduduk sebanyak 578,49 ribu jiwa pada bulan Juni tahun 2021. Jumlah penduduk tersebut sebesar 456,74 ribu jiwa atau 78,95% tercatat memeluk agama Islam (Kusnandar, viva budy. 2021). BSI semakin memperluas kantor cabang pembantu yang berada kota Surakarta terbukti dengan berhasilnya BSI membuka 11 cabang pembantu yang berada di kota Surakarta untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ingin bertransaksi dan beribadah melalui BSI Mobile yang tentunya sesuai dengan syariat islam.

Model TAM telah banyak digunakan oleh pengguna sistem untuk menguji teknologi dalam berbagai konteks. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Davis (1989) untuk mempertimbangkan dan mengeksplorasi pengaruh faktor eksternal terhadap faktor internal, khususnya sikap niat dan kebiasaan menggunakan teknologi informasi dengan mempertimbangkan penekanan pada aspek kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi. TAM mejnadi salah satu model yang digunakan dalam penelitian mengenai adopsi aplikasi teknologi informasi, karena model ini secara khusus didasarkan pada penggunaan teknologi informasi yang inovatif, berdasarkan teori-teori psikologi sosial atau perilaku pengguna (Davis et al, 1989).

Kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking menjadi kunci sebuah keberhasilan sistem informasi yang dapat diterima oleh pengguna. Semakin sederhana penggunaannya maka semakin tinggi penerimaan pelanggan terhadap penggunaan teknologi sistem informasi. Faktor ini dapat diukur dengan menggunakan model teoritis TAM (Technology Acceptance Model) bertujuan untuk melihat tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi berdasarkan aspek kemanfaatan sistem informasi dan memperhatikan kemudahan

penggunaannya. Penggunaan sistem informasi teknologi telah diterapkan (Davis et al.1989).

Kemudahan Penggunaan menjadi tolak ukur seseorang yaitu dengan meliha kemudahan akses suatu platform online. Oleh sebab itu pengguna atau nasabah akan melihat segi kemudahan aplikasi tersebut. Menurut Davis dalam penelitian Hapsawati Taan (2021) menjelaskan bahwa indikator yang digunakan adalah mudah dipahami, mudah diakses, mudah dipahami, dan fleksibel.

Seseorang yang percaya bahwa sistem akan mempermudah pekerjaan pasti akan menggunakannya. Penelitian Denisa Arwanita (2022) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh secara Signifikan terhadap keputusan membayar zakat, infaq, wakaf, dan sedekah melalui BSIMobile.

Penelitian terdahulu oleh Ummi Khoiriyah dan Purnama Putra (2022) menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat. Pendapat nasabah Bank Syariah Indonesia yaitu variabel kenyamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile, karena sebagian nasabah sudah menguasai keberadaan dan pemanfaatan teknologi digital.

Menurut Schmitt (2010), fungsi merupakan fitur yang digunakan untuk bertambah fungsi suatu produk. Fitur-fitur inilah yang telah menjadi salah satu alasan pelanggan untuk memilih suatu produk, maka bagi pemasar tradisional, fitur merupakan tampilan utama untuk membedakan produk mereka dengan produk lain atau pesaing. Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Hidayah, Susila Andriyati, Vina Rismayani dan Viviannisa Victoria (2022) menyimpulkan bahwa fitur produk mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap

kepuasan nasabah saat menggunakan BSI Mobile Banking.

Pengetahuan dapat dipahami sebagai hasil rasa ingin tahu, dari setiap tindakan atau usaha manusia untuk memahami objek yang ditemuinya. Pengetahuan dapat dilihat dari objek-objek yang dapat dipahami melalui persepsi, melalui panca indera, atau melalui akal. Pengetahuan pada hakikatnya meliputi semua yang diketahui seseorang terhadap objek tertentu (Nurdin dkk. 2020) Menurut Rao dan Monroe (1988), Pengetahuan produk dapat mempengaruhi bagaimana konsumen mengakses produk. Pengetahuan yang dimiliki oleh muzaki mengenai zakat online apakah mereka cukup mengetahui program ini atau tidak mengetahui sama sekali. Penelitian Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S dan Arisa Dwi R (2022) menyatakan, pengetahuan informasi secara parsial dan signifikan mempunyai pengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan aplikasi *BSI Mobile*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan sebagai berikut :

1. Pengguna BSI Mobile hingga Maret 2022 mencapai 3,37 juta user aktif , per Juni 2022 pengguna BSI Mobile mencapai 4,07 juta per Juni 2022 atau naik 81%, dan per September lonjakan BSI Mobile mencapai 4,44 juta pengguna naik sebesar 43% secara yoy.
2. Ketua Baznas menyatakan bahwa tingkat literasi zakat di Indonesia masih tergolong menengah rendah hal ini yang menyebabkan belum

optimalnya realisasi ZIS sampai saat ini.

3. Penghimpunan ZIS dari BSI Mobile terus meningkat dari tahun 2020 yang terkumpul juta meningkat menjadi 286.400 juta pada tahun 2022.
4. Tingkat penduduk di surakarta didominasi dengan muslim sebesar 456,74 ribu jiwa atau 78,95% penduduk Solo memeluk agama Islam dan dibuktikan dengan banyaknya cabang BSI di surakata sebesar 11 kcp.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kemudahan mempengaruhi terhadap keputusan masyarakat Surakarta membayar ZIS menggunakan BSI Mobile?
2. Apakah fitur produk mempengaruhi terhadap keputusan masyarakat Surakarta membayar ZIS BSI Mobile?
3. Apakah pengetahuan mempengaruhi terhadap keputusan masyarakat Surakarta membayar ZIS menggunakan BSI Mobile?

1.4 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, tujuan tersebut antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap keputusan masyarakat Surakarta membayar ZIS menggunakan BSI Mobile.
2. Untuk mengetahui pengaruh Fitur produk terhadap keputusan masyarakat Surakarta membayar ZIS menggunakan BSI Mobile.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan terhadap keputusan

masyarakat Surakarta membayar ZIS menggunakan BSI Mobile.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan mencapai tujuannya dan memudahkan pengolahan data, maka penelitian yang dilakukan harus diberi batasan. Batasan masalah pada penelitian ini antara lain :

1. Objek penelitian ini adalah masyarakat bertempat tinggal di Surakarta yang menggunakan BSI *Mobile*.
2. Penelitian ini berfokus pada teknologi yang digunakan Bank Syariah Indonesia dalam penghimpunan dana ZIS yaitu fungsi pembagian ZIS yang disediakan oleh layanan BSI *Mobile*.

1.6 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan secara sistematis dan dimaksudkan untuk memudahkan pemahaman dan pembahasan laporan secara keseluruhan. Oleh karena itu, penulis membagi sistematika penyusunan penulisan menjadi lima bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN. Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah penelitian, identifikasi masalah, keterbatasan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan permasalahan yang berkaitan dengan struktur penulisan Skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI. Bab ini memuat kajian teoritis yang digunakan penulis, temuan penelitian terkait judul yang dipilih penulis untuk menyempurnakan dan mendukung proses penelitian, serta kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN. Bab ini menguraikan tentang waktu dan

wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan memuat teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN. bab ini berisi uraian tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data serta pembahasan hasil analisis data atau pembuktian hipotesis.

BAB V PENUTUP. pada bab ini berisikan uraian tentang kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian saran-saran.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1.1 Kajian Teori

1.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) diawali dengan melakukan eksplorasi dan mencoba menjelaskan bagaimana cara pengguna mengoperasikan aplikasi teknologi informasi. Model TAM berkembang menurut penelitian terdahulu, khususnya perkembangan Theory of Reasoned Action (TRA) yang diinovasi oleh Fishbein (1979) dan dipadukan dengan Theory of Planned Behavior (TPB) oleh Ajzen (1991). Teori ini didasarkan pada dasar pemikiran bahwa manusia adalah makhluk hidup dengan kekuatan naluri untuk menyelesaikan permasalahan atau memutuskan perilaku yang harus diselesaikan secara sadar dengan pertimbangan informasi yang tersedia baginya.

Technology Acceptance Model (TAM) adalah teori yang paling banyak diterapkan dalam penelitian untuk mengukur tingkat pemahaman dan penerimaan kepada masyarakat dalam menggunakan suatu layanan digital yang baru saja diluncurkan (Yitno, 2016). Teori TAM memberikan suatu penjelasan yang jelas dan sederhana. Model ini digunakan untuk mengidentifikasi perilaku pengguna dalam menggunakan aplikasi atau teknologi baru. Semakin memberikan kemudahan dan manfaat pada aplikasi akan berdampak baik terhadap nasabah atau pelanggan.

Tingkat penerimaan penggunaan teknologi informasi terbentuk 5 variabel diantaranya *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) *attitude toward using* (sikap dalam menggunakan, *behavioral intention* (perilaku untuk tetap menggunakan, dan *actual system usage* (penggunaan sistem. Kelima variabel adalah variabel yang masuk dalam model TAM.

Variabel dengan menggunakan model TAM menggunakan satu variabel yaitu *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) adalah suatu keyakinan dan tingkat kepercayaan terhadap pengguna bahwa sistem teknologi mudah dan relatif akan bebas terjadi kesalahan (Mahendra, 2014).

Menurut Davis (1989), pentingnya persepsi kemudahan penggunaan dapat diartikan menganalisa sejauh mana seseorang dapat percaya akan kemudahan teknologi informasi yang tidak memerlukan banyak usaha. Tujuan dari konsep ini adalah memberikan teknologi informasi yang jelas dan sistem mudah untuk digunakan yang sesuai dengan keinginan pengguna atau calon pengguna.

1.1.2 Keputusan.

Pengambilan keputusan adalah proses memilih di antara beberapa pilihan. Artinya konsumen yang ingin membeli atau menggunakan suatu produk mempunyai pilihan sebagai alternatif . Menurut Busemeyer (2019), hasil keputusan ditentukan bagaimana proses keputusan yang dilakukan. Oleh karena itu, pengambilan keputusan dapat diartikan melibatkan perbandingan alternatif yang telah disajikan sehingga pelanggan dapat memutuskan alternatif yang dipilih. Pelanggan dapat membeli atau menggunakan produk dengan alasan yang berbeda.

Menurut (Muhdi, 2017), pengambilan keputusan mempengaruhi potensi pemecahan masalah individu dan organisasi karena tercermin sebagai bentuk evaluasi tujuan individu dan kelompok. Menurut Setiadi, pengambilan keputusan konsumen pada hakikatnya merupakan fase integrasi dimana pengetahuan digabungkan yang bertujuan untuk melihat perilaku antara satu dengan yang lain untuk dilakukan evaluasi (Pribadi & Gunawan, 2020).

Pengambilan keputusan adalah suatu proses yang digunakan untuk memilih alternatif. Menurut Busemeyer (2019) hasil keputusan didapatkan dari

bagaimana proses dalam pengambilan keputusan yang dilakukan. Oleh sebab itu pengambilan keputusan adalah seseorang yang membandingkan beberapa alternatif yang ada sehingga memutuskan untuk memilih satu alternatif.

Pengambilan keputusan adalah suatu aktifitas untuk melakukan pendekatan atau metode yang bersifat sistematis teratur dan terarah. Pengambilan keputusan dengan melakukan langkah-langkah yang sistematis karena terdapat sejumlah prosedur yang jelas dalam menjawab suatu masalah. Langkah-langkah yang jelas memberikan dampak positif yaitu menjadikan pengambilan keputusan bersifat teratur dan terarah menghasilkan solusi serta tindakan yang tegas dalam pencapaian tujuan. Alhasil bank akan berlomba-lomba untuk menyediakan fasilitas mobile banking yang bertujuan mendapatkan daya tarik terhadap nasabah atau pengguna mobile banking (Febriansah dan Dewi, 2020).

A. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan

Untuk memudahkan pengambilan keputusan memerlukan tahapan untuk mendorong terciptanya keputusan yang diinginkan. Berikut beberapa tahapan:

1. Menjelaskan masalah dengan detail dan transparansi sehingga mudah dimengerti semua orang.
2. Melakukan pendataan daftar masalah yang kemungkinan akan muncul kedepannya dan menyusun secara prioritas dengan maksud agar adanya sistematika terarah dan terkendali.
3. Melakukan identifikasi terhadap masalah dengan tujuan lebih memberikan gambaran terarah secara lebih spesifik dan jelas.
4. Melakukan pemetaan terhadap masalah berdasarkan kelompok dan melakukan pengujian menggunakan model dan alat uji yang akan dipakai.
5. Memastikan alat uji kembali yang digunakan sesuai dengan prinsip-prinsip dan

kaidah yang berlaku (Prastyawan dan Yuni, 2019)

Menurut Kotler dalam Sari et al., (2019), menyatakan bahwa terdapat indikator-indikator yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan transaksi sebagai berikut:

1. Kemantapan terhadap sebuah produk.
2. Kebiasaan dalam bertransaksi.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain.
4. Kenyamanan dengan melakukan transaksi berulang

1.1.3 Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2010) *perceived ease of use* (Perspektif Kemudahan Pengguna merupakan cara meyakinkan pengguna dengan teknologi informasi melalui aplikasi yang mudah. Identifikasi dimensi setiap persepsi tentang kemudahan *ease to learn* (mudah untuk dipelajari) *ease to use* (mudah digunakan, *clear and understandable* (jelas dan mudah dipahami), dan *become skillful* (menjadi terampil) (Wibowo et al: 2015).

Menurut penelitian Hapsawati Taan (2021) Kemudahan penggunaan dapat diartikan seseorang yang percaya dengan menggunakan teknologi informasi dengan mudah dan tidak banyak menggunakan usaha. Seseorang beranggapan sebuah sistem informasi yang mudah akan digunakan banyak orang, sedangkan sebuah sistem informasi yang sulit akan sedikit menggunakannya.

Menurut penelitian Hapsawati Taan (2021) Keyakinan bahwa penggunaan suatu teknologi akan mudah dilakukan dikenal sebagai kemudahan penggunaan. Jika sebuah sistem informasi dianggap mudah digunakan, pengguna atau mereka yang merasa mudah menggunakannya pasti akan menggunakannya; jika sebuah sistem informasi dianggap sulit digunakan,

pengguna pasti tidak akan menggunakannya.

Menurut penelitian (Nurdin & Winda, 2020) individu merasa mudah yaitu tidak memerlukan orang lain atau membutuhkan usaha orang lain saat menggunakan teknologi informasi. Seseorang beranggapan kemudahan penggunaan adalah suatu teknologi tidak perlu kemampuan khusus untuk menggunakannya. Berdasarkan definisi kemudahan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Ayat Al-Quran menjelaskan tentang beribadah yang baik adalah membentuk prinsip kemudahan. Surat An-Nisa Ayat 28 dan Q.S Al-Baqarah: 185 Allah SWT menghendaki ajaran yang disyariatkannya kepada umat manusia yaitu suatu kemudahan dan tidak ada kesulitan yang dirasakan, karena sesungguhnya umat manusia diciptakan dalam keadaan bersifat lemah.

Islam mengajarkan kemudahan yaitu merupakan anugerah Allah SWT yang diberikan kepada hambanya untuk tetap bersemangat dan tekun menjalankan ajaran agama islam. Kesusahan merupakan kaidah besar dalam pembebanan syariat (takalif) agar tercetak watak toleran dalam setiap jiwa yang beriman (Sayyid Quthub, 1412H).

Keberagaman kegunaan fintech diartikan sebagai keyakinan bagi penggunaan layanan fintech yang mudah dipelajari, mudah dipahami dan mudah digunakan. Studi penelitian, masyarakat Surakarta dengan mudah percaya bahwa membayar ZIS dengan Fintec akan menghemat waktu mereka dan berkelanjutan di masa depan (Nurdin dkk, 2020).

Kemudahan pengguna fintech sebagai variabel yang diartikan sebagai keyakinan seseorang dalam berfikir bahwasannya penggunaan layanan fintech yaitu mudah, jelas dan mudah dimengerti. Dalam penelitian ini memberikan

pengetahuan akan kemudahan membayar ZIS menggunakan Fintec bagi masyarakat Surakarta. Fintec akan memiliki dampak positif yaitu waktu yang lebih efisien di waktu yang akan datang (Nurdin dkk, 2020).

Menurut Davis dalam Hapsawati Taan (2021) terdiri dari indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan sebagai berikut:

1. Mudah dipelajari.
2. Jelas dan mudah dimengerti.
3. Fleksibel.
4. Mudah dikontrol.

Kenyamanan memperlihatkan sesuatu sistem yang dirancang untuk mempermudah pekerjaan bagi pengguna. Orang yang menggunakan sistem akan lebih mudah dan efisien dalam bekerja dibandingkan orang yang tidak menggunakan sistem.

1.1.4 Fitur Produk

Dalam menghadirkan fitur perlu adanya sesuatu yang istimewa, sederhana dan berbeda dengan fitur lainnya. Spesifikasi fitur suatu produk tentunya dapat menunjukkan kelebihan dan perbedaan dibandingkan dengan merek lain, dari fitur atau spesifikasi produk itu sendiri konsumen dapat membedakan suatu produk lainnya.

Menurut Schmitt (2010), fitur adalah karakteristik yang menambah fungsionalitas dasar suatu produk. Karena fitur-fitur ini adalah alasan pelanggan memilih produk, bagi pemasar tradisional, fitur adalah alat utama untuk membedakan produk mereka dari produk pesaing.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Fitur produk adalah sebuah produk yang dapat disajikan dalam beragam bentuk fitur, model dasar, dan model tanpa tambahan. Perusahaan dapat menciptakan kreativitas yang lebih

tinggi untuk menambah model dalam fitur. Fitur merupakan sebuah sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dengan produk pesaing.

Produk yang dapat ditawarkan atau ditampilkan dengan menggunakan berbagai fitur. Perusahaan dapat menciptakan model tingkat tinggi dengan menambah fitur dengan menyertai produk sebagai titik awalnya perusahaan. Fitur sebagai alat untuk mendiferensiasikan produk perusahaan terhadap produk-produk pesaing. Produsen awal dapat memperkenalkan dengan fitur baru yang sesuai kebutuhan dan dianggap bernilai menjadi salah satu yang efektif untuk bersaing (Firmansah,A, 2019).

Untuk meningkatkan pelanggan dalam menggunakan layanan mobile banking menggunakan aplikasi dengan menambah jenis fitur dan fasilitas., kemudahan dan aksesibilitas yang membuat mobile banking sangat menarik bagi konsumen tanpa diketahui oleh praktisi perusahaan.

Atribut produk islam merupakan sebuah atribut yang memiliki ciri khas yang ada pada bank syariah, fitur produk yang memiliki tampilan sesuai dengan sistem keuangan syariah (Iqbal,1997 dalam Yunusi,2011).

(Menurut Iqbal (1997) judul bukunya adalah “Islamic Financial System Finance & Development” bahwasannya atribut berupa fitur produk yang ada pada Bank Umum Syariah dan sesuai dengan sistem keuangan syariah.

Selain fitur-fitur dalam mengelola keuangan, Bank Syariah Indonesia tidak bergerak dalam mengelola keuangan saja melainkan ada kegiatan sosial adalah membuat fitur berbagi ZIS yang dimana fitur ini memiliki banyak fungsi dan banyak sekali kegunaannya. Berikut terdapat beberapa fitur berbagi dalam ZIS:

1. Zakat

2. Infaq
3. Wakaf
4. Warteg *Mobile*
5. Jadiberkah.id
6. Kalkulator Zakat
7. Kita bisa
8. Rumah Zakat
9. Baznaz
10. Human Initiative
11. Fidyah

Cunningham *et.al* (2014) menyatakan faktor-faktor yang membuat *m-banking* dapat dikatakan sukses yaitu kemampuan dalam memberikan inovasi sesuatu keinginan dan kebutuhan nasabah. Salah satunya menyediakan fitur (*feature availability*) dalam bentuk situs web. Produk akan diperbarui sesuai dengan ketersediaan teknologi, dan peningkatan layanan elektronik (Shafira., 2021).

Menurut (Poon, 2008) untuk melakukan pengukuran indikator fitur, maka pengukuran fitur diukur dengan:

1. Kemudahan akses terhadap informasi mengenai produk, jasa, dan fungsi layanan harus memungkinkan konsumen dengan mudah mengakses informasi.
2. Layanan transaksi yang beragam, layanan transaksi harus memiliki alokasi untuk proses transaksi nasabah.
3. Fitur beranekaragam, bank wajib memberikan layanan fitur yang memudahkan dan memberikan informasi pada nasabah.
4. Inovasi produk, memiliki inovasi dengan menambah fitur memberikan daya tarik kepada nasabah untuk menggunakan *e-banking*.

1.1.5 Pengetahuan

Menurut (Notoadmojo.2012) pengetahuan adalah suatu respon individu atau pemahaman yang dimiliki seseorang terhadap objek dengan menggunakan panca indra seperti mata, hidung, telinga dan lain-lain. Berikut terdapat enam tingkat pengetahuan:

1. Tahu (*Know*).
Tahu adalah suatu tingkatan atau skala pengetahuan diawali dengan paling rendah. tingkat pengetahuan paling rendah. Oleh sebab itu orang dapat diukur tentang apa yang telah dipelajari..
2. Memahami (*Comprehention*).
Memahami dapat diartikan suatu kemampuan untuk mencerna dan menjelaskan secara benar terhadap bahan pelajaran atau objek yang sedang dibicarakan atau diketahui. Sehingga seseorang dapat dikategorikan paham ketika dia dapat menginterpretasi materi secara benar, dan menjelaskan secara ringkas dan jelas.
3. Aplikasi (*Application*).
Application merupakan suatu kemampuan dalam menafsirkan suatu bahan atau ide yang sudah dipelajari kedalam situasi baru atau konkrit, seperti menerapkan suatu dalil, metode, konsep, prinsip, dan teori.
4. Analisis (*Analysis*).
Analisis adalah suatu keahlian dalam menguraikan suatu komponen atau bagian, sehingga dapat dimengerti orang lain. Keahlian ini biasanya mengenali hubungan antar bagian, masalah yang telah dihadapi, serta prinsip yang diterapkan organisasi untuk materi pelajaran.
5. Sintesis (*Synthesis*).
Kemampuan sintetis adalah suatu tindakan yang memiliki kemampuan menghimpun bagian dari keseluruhan seperti perumusan tema, rencana, abstrak dari informasi yang didapat. Sehingga munculah suatu pola yang didapatkan dari kemampuan merumuskan informasi dan fakta.

6. Evaluasi (*Evaluation*).

Evaluasi adalah kemampuan menggunakan pengetahuan untuk mengevaluasi sesuatu berdasarkan tujuan atau kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan mungkin bersifat internal dan mungkin sesuai untuk tujuan tertentu.

Didalam dunia perbankan sebelum seseorang menggunakan jasa perbankan, maka diperlukan pengetahuan ataupun informasi akan suatu bank, agar nantinya tidak ada pihak yang merasakan kerugian. Pengetahuan tentang operasional bank syariah, pengetahuan tentang akad-akad bisa didapat dari orang lain ataupun media elektronik yang informasinya sudah diupdate dalam website perbankan tersebut. Pengetahuan juga dapat berupa kelebihan ataupun kelemahan dalam produk perbankan tersebut

Menurut (Teguh, Hendra. 2000) indikator pengetahuan terdiri dari:

1. Pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk atau jasa.
2. Pengetahuan tentang manfaat produk atau jasa.
3. Pengetahuan tentang kepuasan yang diberikan oleh atau jasa bagi konsumen

2.2 Penelitian yang Relevan

Tabel 2. 1 Penelitian yang Relevan

Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian
AhmadYudin (2021),	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan <i>Mobile Banking</i>	<u>Variabel Y:</u> Minat menggunakan <i>mobile</i>	Metode Kuantitatif dengan memperoleh data dari sampel 40	Manfaat dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat
Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian

	Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangkaraya	banking di Bank Syariah <u>Variabel X :</u> Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan	responden	nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> di Bank Syariah sementara kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> di Bank Syariah
Nadir Alamsyah dan Saino (2021)	Pengaruh Fitur Produk Dan Promosi Cashback Terhadap Keputusan Pembelian.	<u>Variabel Y:</u> Keputusan bertransaksi melalui <i>BSI mobile</i> <u>Variabel X :</u> Fitur produk dan promosi cashback	Metode Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif Sedangkan sampel yang ditetapkan adalah 100 responden.	Penelitian ini menyimpulkan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa fitur produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi cashback juga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
Meilana Widyani	Pengaruh Persepsi	<u>Variabel Y:</u> Keputusan	Metode Kuantitatif	Persepsi kegunaan,
Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian

ngsih, Fadila RameyzaZ S, dan Arisa Dwi R (2022)	Kegunaan, Kemudahan Dan Pengetahuan Informasi Terhadap Keputusan Aplikasi <i>BSI Mobile</i> (Studi Kasus Nasabah <i>BSI</i> Kabupaten Sukoharjo)	Penggunaan Aplikasi <i>BSI Mobile</i> . <u>Variable X :</u> Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Pengetahuan	Sampel yang ditetapkan adalah 127 responden nasabah aktif di Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi <i>BSI mobile</i> di Kabupaten Sukoharjo.	kemudahan dan pengetahuan informasi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi <i>BSI Mobile</i>
Denisa Arwanita (2022)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Membayar Zakat, Infaq, Sedekah, Dan Wakaf Melalui <i>BSI Mobile</i> (Studi Pada Nasabah <i>BSI Kcp</i> Bandar Lampung Kedaton)	<u>Variabel Y:</u> Keputusan membayar ZIS melalui <i>BSI Mobile</i> <u>Variabel X :</u> Manfaat, kepercayaan, kemudahan	Metode Kuantitatif Data dari sampel 90 muzzaki sekaligus nasabah Bank Syariah Indonesia.	Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan membayar ZIS melalui <i>BSI Mobile</i> .
Feby Widia Putri (2022)	Pengaruh efektivitas, kemudahan, keamanan	<u>Variabel Y:</u> Kepuasan nasabah	Metode Kuantitatif sampel nasabah	Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh
Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian

	layanan terhadap kepuasan nasabah bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.	<u>Variabel X:</u> Efektivitas, kemudahan, dan keamanan.	yang menggunakan <i>BSI mobile</i> di wilayah Tangerang Selatan sebanyak 100 responden.	positif namun tidak signifikan efektivitas terhadap kepuasan, terdapat pengaruh positif namun tidak signifikan kemudahan terhadap kepuasan, terdapat pengaruh positif dan signifikan keamanan terhadap kepuasan.
Yuliana Dwi Rahmawati (2020)	Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Pada Mahasiswa STIE Bank BPD Jateng.	<u>Variabel Y:</u> Keputusan. <u>Variabel X:</u> Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan.	Metode Kuantitatif dengan memperoleh sampel data dari sampel 90 responden	Persepsi Manfaat dan Persepsi Keamanan berpengaruh positif terhadap Keputusan. Persepsi Kemudahan berpengaruh negatif terhadap Keputusan
Sofyan Hakim(2022)	Pengaruh layanan fitur berbagai ZIS terhadap	<u>Variabel Y :</u> Preferensi nasabah dalam	Metode Kuantitatif dengan sampel	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa
Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian

	Preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi di <i>BSI</i> Kotawaringin Timur.	menyalurkan donasi pada <i>BSI</i> Kotawaringin Timur <u>Variabel X :</u> layanan fitur	sebanyak 67 nasabah.	variabel layanan fitur berbagi ZIS berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi nasabah dalam menyalurkan donasi
Nurhayati (2022)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan terhadap keputusan menyalurkan elektronik zakat, infaq dan sedekah menggunakan aplikasi BSI Mobile	Variabel (Y) keputusan menyalurkan elektronik zakat, infaq dan sedekah menggunakan aplikasi BSI Mobile Variabel (X) <u>Kemudahan, Kepercayaan, dan Pengetahuan</u>	Metode Kuantitatif dengan memperoleh data dari 40 responden dosen/karyawan dan mahasiswa UIN Raden Mas Said Surakarta	variabel kemudahan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menyalurkan e-zis menggunakan aplikasi BSI Mobile. Sedangkan variabel pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan menyalurkan e-zis menggunakan aplikasi BSI Mobile.
Ma'ruf Irsyad Yuhri (2022)	Hubungan Pengetahuan, Lokasi, dan Persepsi Terhadap	Variabel (Y) Kepuasan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank	Metode Kuantitatif dengan memperoleh data dari	Pengetahuan memiliki hubungan positif dan signifikan, Lokasi

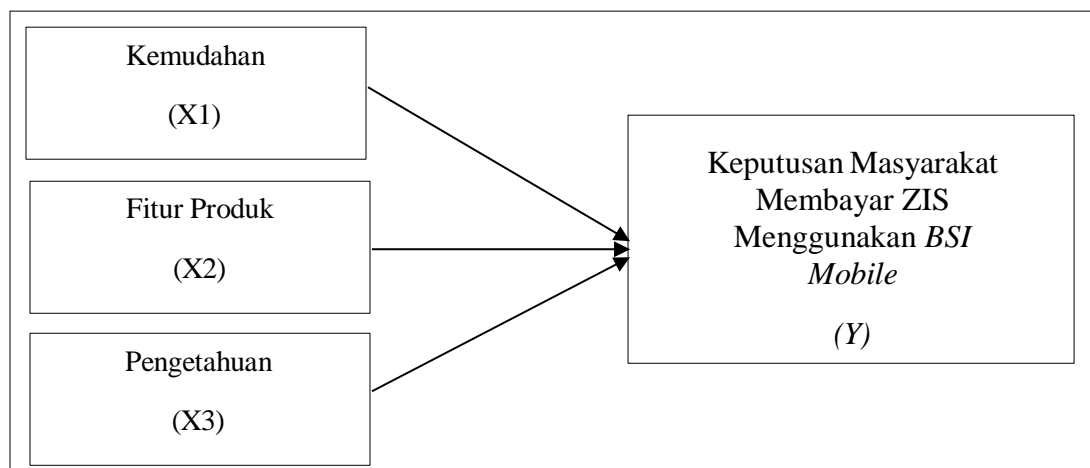
Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian
	Keputusan Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syariah Indonesia.	Syariah Indonesia. Variabel (X) Pengetahuan, Lokasi, dan Persepsi	sampel 18 nasabah bank syariah	memiliki hubungan positif tetapi tidak signifikan, Persepsi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia oleh masyarakat desa Temulus kecamatan Mejobo kabupaten Kudus
Norhatini Jamaludin, Norazlina Abd Wahab, dan Abu Bakar (2017)	Muslim Perseption on Online Zakat Usage in Kuala Lumpur	Variabel (Y) Kepuasan terhadap penggunaan zakat online. Variabel (X) persepsi kegunaan, persepsi	Metode kuantitatif dengan memperoleh data dari 360 responden pegawai swasta dan pemerintah di Kuala	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel tanggapan manfaat, tanggapan kemudahan penggunaan, dan kepercayaan mempengaruhi tanggapan muslim di Kuala Lumpur. Sedangkan

Nama Peneliti	Judul	Variabel	Metode dan Sampel	Hasil Penelitian
		kemudahan penggunaan, keamanan, privasi, dan kepercayaan	Lumpur, Malaysia.	variabel keamanan dan privasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penelitian ini dikarenakan masyarakat muslim disana masih ragu tentang kewanaman dalam transaksi online.

2.3 Kerangka Berfikir

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi masyarakat membayar ZIS menggunakan *BSI Mobile*. Dalam penelitian ini penulis memilih faktor kemudahan, Fitur produk, pengetahuan membayar ZIS menggunakan *BSI mobile* sebagai variabel X dan keputusan masyarakat sebagai variabel Y.

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan atau pernyataan sementara yang digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan dalam penelitian yang harus dicari kebenarannya. Hubungan variabel dalam penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

2.4.1 Faktor Kemudahan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile

Seseorang yang percaya bahwa sistem akan mempermudah pekerjaan pasti akan menggunakannya. Metrik digunakan untuk mengukur harus mudah dipelajari, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, dan mudah diikuti Davis (1989). Penelitian Meilana Widyaningsih, Fadila Rameyza Z S dan Arisa Dwi R (2022) kemudahan informasi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan Aplikasi *BSI Mobile*. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambil hipotesis yaitu:

H1: Kemudahan berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS menggunakan BSI Mobile

2.4.2 Faktor Fitur Produk Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile

Fitur merupakan karakteristik yang ditambah fungsi dasar pada produk. Kecanggihan dan keberadaan adanya fitur dapat memberikan daya tarik kepada pengguna dalam memilih produk yang ditawarkan. Oleh sebab itu perusahaan wajib memberikan layanan jasa untuk melakukan inovasi atau memperbarui layanan produk untuk memiliki daya tarik kepada nasabah.

Menurut Poon (2017) fitur-fitur memiliki layanan sesuai dengan keinginan yang tersedia di e-Banking. Fitur mengalami pembaruan jika produk dikaitkan dengan ketersediaan teknologi yang tepat, dan teknis yang mendukung,

pengenalany ang tepat dan peningkatan layanan elektronik. Penelitian Salsabillah Ainun Aini, Bayu Wijyantini, dan Rusdiyanto (2022) menyimpulkan bahwasannya fitur layanan islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia cabang Jember²Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambil hipotesis yaitu :

H2 : Fitur produk berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS menggunakan *BSI Mobile*

2.4.3 Faktor Pengetahuan Terhadap Keputusan Masyarakat Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile

Pengetahuan merupakan kumpulan hasil aktivitas intelektual yang berkaitan dengan suatu objek (bisa berupa objek atau peristiwa yang dialami subjek). Pada dasarnya pengetahuan manusia yang tercipta dari aktivitas kognitif merupakan khazanah kekayaan spiritual yang tersimpan dalam pikiran dan hati manusia. Pada hakikatnya manusia sebagai hasil kegiatan yang mengetahui khasah kekayaan mental dalam benak pikiran dan benak hati manusia (Dila Rukmi Octaviana, Reza Aditya Ramadhani 2021). Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yaitu Pengetahuan merupakan kumpulan hasil aktivitas intelektual yang berkaitan dengan suatu objek (bisa berupa objek atau peristiwa yang dialami subjek). Pada dasarnya pengetahuan manusia yang tercipta dari aktivitas kognitif merupakan khazanah kekayaan spiritual yang tersimpan dalam pikiran dan hati manusia.

H3: Pengetahuan berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS menggunakan BSI Mobile

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, yaitu kajian terhadap suatu wilayah (tempat penelitian) sebagai sasarannya (Ansori & Iswanti, 2014) karena penelitian ini terfokus untuk mengetahui faktor pengaruh variabel kemudahan, Fitur produk dan pengetahuann terhadap keputusan membayar ZIS menggunakan BSI mobile..

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Peneliti akan menghabiskan banyak waktu dalam penelitian ini, dimulai dari pembuatan proposal penelitian dan diakhiri dengan selesainya pelaksanaan pada bulan November Lokasi penelitian ini dilakukan pada masyarakat yang tinggal di Surakarta.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah bidang luas yang mencakup subjek atau objek dengan kualitas dan karakteristik berbeda yang ditentukan oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Sedangkan menurut (Kadir, 2015, p. 118) populasi adalah lingkup dengan karakteristik yang sebelumnya sudah ditemukan oleh peneliti sehingga setiap objek dapat dinyatakan dengan tepat atau tidak. Populasi dalam penelitian ini adalah _ bertempat tinggal di Surakarta yang membayar ZIS menggunakan BSI Mobile yang jumlahnya tidak diketahui pasti.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi, misalnya karena keterbatasan sumber daya, tenaga, atau waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi yang ada.

Sedangkan penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus *Unknown Populations*, yaitu :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,4$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

e = Standar error (5%)

berdasarkan perhitungan diatas dalam penelitian ini membutuhkan responden sebesar 96 dan dibulatkan menjadi 100 responden. peneliti menggunakan rumus *Unknown Populations* dikarena populasi yang dituju terlalu besar dan jumlah sering mengalami perubahan.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* pada (Sugiyono, 2015,p.124) karena masyarakat yang dipilih menjadi bagian sampel dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti dan dijawab secara jujur.

Purposive sampling dengan kata lain disebut *judgement sampling* yaitu metode yang digunakan peneliti karena informasi bersumber dari sumber yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, maka peneliti menggunakan metode ini. Mereka adalah masyarakat yang berdomisili di kota Surakarta dan mengetahui keberadaan BSI Mobile sebagai metode pembayaran ZIS.

3.5 Data dan Sumber Data

Penelitian ini data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang didapatkan dari tempat penelitian atau sumber data asli objek penelitian. (Bungin, 2009, p. 124). Setelah itu responden akan menjawab beberapa pertanyaan yang harus dijawab secara jujur dalam kuesioner. Kuesioner akan memasuki tahapan penyebaran kepada kelompok responden yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Surakarta dan mengetahui adanya BSI Mobile sebagai sarana membayar ZIS.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2017) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Surakarta dan mengetahui adanya BSI Mobile sebagai sarana membayar ZIS.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Kuesioner adalah suatu metode pengumpulan data dengan pernyataan yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang akan digunakan untuk menghasilkan informasi tertentu dengan memberikan daftar pernyataan beserta indikator pada setiap variabel pernyataan.

3.7 Variabel Penelitian

Variabel harus diidentifikasi, dikategorikan, dan didefinisikan secara operasional dengan jelas dan tidak ambigu oleh peneliti. Selain tujuan penelitian yang berbeda, karakteristik data yang ditemui juga berbeda, sehingga metode operasionalnya bisa berbeda-beda antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lain. Permasalahan yang telah diuraikan diatas, variabel yang diangkat dan dianalisis adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

3.7.1. Variabel Dependen (Y)

Variabel terikat atau variabel dependent merupakan variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan adanya perubahan variabel lainnya. Variabel tak bebas ini menjadi. “primary interest to the researcher” atau persoalan pokok bagi si peneliti yang selanjutnya menjadi objek penelitian (Hardani, S.Pd.,M.Si.,dkk 2020). Variabel dependen merupakan penelitian ini adalah keputusan membayar ZIS menggunakan BSI Mobile.

3.7.2. Variabel Independen (X)

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis yang berdampak pada variabel lain. Variabel bebas memiliki lambang yaitu huruf X (Hardani,dkk 2020). Penelitian ini, variabel independen adalah kemudahan, fitur produk, dan pengetahuan.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kemudahan (X1)	Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagaimana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Hapsawati Taan 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari. 2. Jelas dan mudah dimengerti. 3. Fleksibel. 4. Mudah dikontrol (Davis 1989)
2.	Fitur Produk (X2)	Fitur produk diartikan yakni sebagai karakteristik yang menambah nilai fungsi dasar sebuah barang, oleh karena itu untuk pemasar fitur ialah sebagaikunci yang menjelaskan produk mereka dengan produk pesaing. Schiffman dalam	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akses informasi produk atau jasa yang mudah 2. Keberagaman Layanan 3. Keberagaman fitur (Poon, 2008)
No	Variabel	Definisi	Indikator
		penelitian (Khoirunnisa & Dwijayanti, 2020),	

3.	Pengetahuan(X3)	<p>Pengetahuan merupakan reaksi penginderaan individu atau hasil tahu seseorang terhadap sebuah objek melalui indera yang dimilikinya seperti: hidung, mata, telinga dan sebagainya (Notoadtmajo.2001)</p>	<p>1. Pengetahuan tentang karakteristik produk.</p> <p>2. Pengetahuan tentang manfaat produk.</p> <p>3. Pengetahuan tentang kepuasan konsumen yang sudah diberika produk.</p> <p>(Teguh, Hendra.2000)</p>
4.	Keputusan menggunakan BSI Mobile	<p>Pengambilan keputusan merupakan suatu proses memilih dari beberapa alternatif pilihan, artinya seorang konsumen yang hendak melakukan pembelian atau penggunaan</p>	<p>1. Kemantapan terhadap sebuah produk.</p> <p>2. Kebiasaan dalam</p>

No	Variabel	Definisi	Indikator
		barang harus mempunyai beberapa alternatif pilihan (Khoiriyah dkk, 2022)	bertransaksi 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. Menurut Kotler dalam Sari et al., (2019)

3.9 Analisis Data

Analisis data merupakan pengumpulan data yang telah dilakukan kepada seluruh responden atau sumber data lainnya. Kegiatan analisis data diantaranya mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, berdasarkan variabel pada seluruh responden, menyajikan data untuk setiap variabel yang diteliti, dan mengajukan hipotesis, termasuk melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2015, p. 207).

3.9.1. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data pada saat dikumpulkan, tanpa menarik kesimpulan. Penelitian deskriptif ini digunakan bila peneliti hanya ingin mendeskripsikan data sampel, dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2015, p. 207).

3.9.2. Uji Instrumen Penelitian

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang. Skala likert merupakan suatu skala yang dapat digunakan mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang penelitian (Sugiyono, 2010: 132). Indikator dapat dijabarkan sesuai dengan indikator variabel, kemudian indikator akan dijadikan titik tolak untuk menyusun item instrument berupa pertanyaan.

Dalam penelitian ini menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju dengan pemberian skor sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Netral (N)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

Instrumen penelitian ini di uji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel. Untuk itu dalam penelitian ini akan dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat mengukur mengukur sah atau valid suatu kuesioner. Kuesioner akan dianggap valid jika pernyataan-pernyataan dalam kuesioner mengungkapkan sesuatu yang ingin diukur oleh peneliti. Uji validitas

dapat dikatakan untuk mengukur apakah uraian kuesioner yang kita buat benar-benar dapat mengukur apa yang ingin kita ukur (Ghozali, 2016: 52).

Untuk melakukan uji signifikansi, dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai t table untuk *degree of freedom* (df)= $n-2$ dimana n merupakan jumlah sampel. Selain itu terdapat r hitung $>$ r table dan nilainya positif maka pertanyaan atau indikator adalah valid (Ghozali, 2016: 53).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat ukur kuesioner yang dijadikan indikator dari variabel. Data kuesioner dapat dikatakan handal atau reliabel adalah seseorang menjawab secara stabil dari waktu ke waktu. Data dikategorikan reliabel adalah Nilai setiap variabel dikatakan reliabel memiliki nilai $\alpha > 0,70$ menggunakan uji statistic Cronbach Alpha (α) (Ghozali, 2016: 48).

3.9.3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan pengujian apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak normal dalam model regresi. Nilai Regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai kontribusi normal. Apabila dilihat dari p -plot data dikatakan berdistribusi normal, jika titik-titik data yang menyebar pada garis diagonal serta penyebaran titik-titik searah dengan garis diagonal (Ghozali, 2016: 154). Pengujian normalitas menggunakan uji statistic non-parametrik dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov (K-S). uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas lebih besar dari 0,005 ($>0,005$) maka H_0 diterima, maka variabel residual terdistribusi normal.
- b. Jika probabilitas lebih kecil dari 0,005 ($<0,005$) maka H_0 diterima, maka variabel residual tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2016: 158)

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model terokedastisitas (Ghozali, 2016: 134). Data yang dihasilkan akan dideteksi ada atau tidaknya Heterkedastisitas dengan uji Glejser. Pengujian Glejser, jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi Heterokedastisitas. Model regresi tidak mengandung adanya Heterokedastisitas jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016: 138)

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Mendeteksi ada atau tidak nya multikolonieritas di dalam model regresi adalah melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), jika nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai tolerance $\leq 0,1$, maka model regresi tidak terjadi multikoleniaritas (Ghozali, 2016: 104).

3.9.4. Uji Ketepatan Model

1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis bahwa b_1 , b_2 , dan b_3 secara simultan sama dengan nol. Uji F dapat juga dinamakan uji signifikan secara keseluruhan 45 terhadap garis regresi yang diobservasi, apakah Y berhubungan linier terhadap X_1 , X_2 , dan X_3 .

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah $0 < R^2 < 1$. Nilai R^2 yang kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai

mendekati satu maka variabel independen mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016: 95).

3.9.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi merupakan pengujian untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2016: 94). Berikut rumus regresi linier berganda yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

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

Keterangan :

Y	: Keputusan Menggunakan Membayar ZIS Menggunakan BSI Mobile
X1	: Kemudahan
X2	: Fitur produk
X3	: Pengetahuan
α	: Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$: Koefisien Regresi
e	: error

3.9.6. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan <0,05 maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima. Selain itu dengan membandingkan hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut :

2. Jika t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3. Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1 Deskripsi Penelitian

Penelitian ini menggunakan sampel yaitu pengguna aplikasi BSI Mobile yang membayar ZIS pada masyarakat yang ada di Surakarta. Sumber yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yang merupakan masyarakat yang bertempat tinggal di Kota Surakarta dan mengetahui adanya BSI Mobile sebagai sarana membayar ZIS.

Proses pengumpulan data diawali dengan menyebar kuesioner secara online maupun secara langsung kepada masyarakat pengguna BSI Mobile sebagai sarana membayar ZIS. Proses penyebaran ini dilakukan selama satu bulan. Penelitian ini mendapatkan sampel sebanyak 100 responden yang berada di kota Surakarta.

4.1.2 Deskripsi Responden

Penelitian ini ditujukan kepada masyarakat di Kota Surakarta yang bermaksud untuk mengetahui seberapa pengaruh fitur produk, kemudahan, dan pengetahuan terhadap keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile. Responden dalam penelitian ini menghasilkan gambaran mengenai responden berdasarkan jenis kelamin, umur, kecamatan, pendidikan terakhir dan penghasilan perbulan.

Tabel 4. 1 Hasil Pendistribusian Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Kuesioner yang sudah ditanggapi	100	100%
2	Kuesioner yang diolah	100	100%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Pada tabel hasil pendistribusian kuesioner diatas menunjukkan jumlah kuesioner ditanggapi sebesar 100 responden sesuai dengan kriteria, maka peneliti dapat melanjutkan dengan mengolah data dan tanggapan jawaban dari responden.

A. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil analisis responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 2 Deskripsi Data Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	45%	45%
Perempuan	55%	55%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden pada kategori jenis kelamin laki-laki berjumlah 45 responden dengan persentase sebesar 45%. Sedangkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 55 responden atau sebanyak 55%. Maka berdasarkan data responden tersebut dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin perempuan mendominasi dengan persentase 55%.

B. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pengisian kuesioner dalam penelitian ini mendapatkan responden yang usianya beranekaragam, berikut hasil analisis responden berdasarkan Usia :

Tabel 4. 3 Deskripsi Data Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 tahun	85	85%
26-35 tahun	10	10%
36-45 tahun	5	5%
46-55 tahun	0	0%
56-65 tahun	0	0%
>65 tahun	0	0%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan usia responden 17 sampai 25 tahun berjumlah 85 responden dengan presentase 85%, untuk usia 26 sampai 35 tahun berjumlah 10 responden dengan presentase 10%, untuk usia 36 sampai 45 tahun berjumlah 5 responden dengan presentase 5 %. Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa usia responden paling besar adalah 17 sampai 25 tahun dengan presentase 85%.

C. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Hasil analisis data responden berdasarkan pendidikan terakhir :

Tabel 4. 4 Deskripsi Data Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
SD	0	0%
SMP/SLTP	0	0%
SMA	35	35%
DIPLOMA	20	20%
S1	45	45%
S2	0	0%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir mayoritas didominasi oleh S1 yaitu sebanyak 45 responden, dengan jumlah presentase 45%, selanjutnya SMA sebanyak 35 responden dengan jumlah presentase 35% dan diikuti oleh DIPLOMA dengan jumlah responden sebanyak 20 dengan presentase 20%.

D. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Kecamatan

Hasil analisis data responden berdasarkan Kecamatan :

Tabel 4. 5 Deskripsi Data Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah	Presentase
Laweyan	30	30%
Serengan	30	30%
Jebres	20	20%
Banjarsari	15	15%
Pasar Kliwon	5	5%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden paling banyak berada di kecamatan Laweyan dan Serengan dengan jumlah responden sebanyak 30 dan jumlah presentase 30%, selanjutnya kecamatan Jebres sebanyak 20 responden dengan jumlah presentase 20%, selanjutnya diikuti oleh kecamatan Banjarsari sebanyak 15 responden dengan jumlah presentase 15%, yang terakhir yaitu kecamatan Pasar Kliwon dengan jumlah responden sebanyak 5 dan jumlah presentase 5%.

E. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil analisis data responden berdasarkan pekerjaan :

Tabel 4. 6 Deskripsi Data Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	45	45%
PNS/TNI/POLRI	10	10%
Ibu Rumah Tangga	0	0%
Wiraswasta	45	45%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak yaitu pelajar/mahasiswa dan wiraswasta dengan jumlah 45 responden dan presentase sebanyak 45%, selanjutnya diikuti oleh PNS/TNI/POLRI sebanyak 10 responden dengan jumlah presentase 10%.

F. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Penghasilan

Hasil analisis data responden berdasarkan Penghasilan :

Tabel 4. 7 Deskripsi Data Berdasarkan Penghasilan

Penghasilan	Jumlah	Presentase
<Rp. 1.500.000	35	35%
Rp. 1.500.001-Rp. 2.000.000	20	20%
Rp. 2.000.001-Rp. 2.500.000	10	10%
Rp. 2.500.001-Rp. 3.000.000	10	10%
>Rp. 3.000.001	25	25%

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bawah penghasilan paling banyak dari responden yaitu sebesar <Rp. 1.500.000 sebanyak 35 responden dengan jumlah presentase 35%, lalu kedua yaitu >Rp. 3.000.001 sebanyak 25 responden dengan jumlah presentase 25%, dan paling sedikit yaitu berpengasilan Rp.2.500.001-Rp. 3.000.000 dan Rp. 2.000.001-Rp. 2.500.000 yang sama-sama memperoleh responden sebanyak 10 orang dengan presentase 10%.

4.2 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Dalam penelitian ini menggunakan variabel kemudahan, fitur produk, pengetahuan, dan keputusan menggunakan. Empat variabel tersebut akan diuji secara deskriptif seperti tabel berikut :

Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Variabel Kemudahan

Kemudahan (X1)				
	Min	Max	Mean	Total Mean (X1)
X1.1	2	5	4,54	
X1.2	3	5	4,42	
X1.3	2	5	4,42	
X1.4	1	5	4,35	
	Total Mean		4,43	18,02

(Sumber : Data diolah, 2023)

Pada taabel statistik deskriptif variabel kemudahan diatas terdapat empat item pertanyaan yang menghasilkan nilai minimum sebesar 1 yang artinya responden memiliki penilaian sangat tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan. Selain itu terdapat nilai maksimum 5 artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan dengan nilai total rata-rata (mean) adalah 4,43. Nilai mean ini menunjukkan bahwasannya simpangan data dalam penelitian ini relative kecil dan tidak menyebabkan bias.

Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Variabel Fitur Produk

Fitur Produk (X2)				
	Min	Max	Mean	Total Mean (X2)
X2.1	2	5	4,51	
X2.2	3	5	4,47	
X2.3	2	5	4,54	
X2.4	2	5	4,36	
	Total Mean		4,47	17,88

(Sumber: Data diolah,2023)

Berdasarkan tabel hasil statistik deskriptif diatas terdapat empat item pertanyaan terdapat nilai minimum 2 yang artinya responden memiliki penilaian tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan. Selain itu terdapat nilai maksimumnya sebesar 5 yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Hasil nilai total rata-rata (mean) sebesar 4,47 menunjukkan bahwa terdapat simpangan data dalam penelitian ini relative kecil dan tidak menyebabkan bias.

Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan

Pengetahuan (X3)				
	Min	Max	Mean	Total Mean (X3)
X3.1	3	5	4,41	
X3.2	3	5	4,51	
X3.3	2	5	4,32	
X3.4	3	5	4,44	
X3.5	2	5	4,41	
	Total Mean		4,3	21,99

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel Variabel Pengetahuan diatas penelitian ini memiliki 5 item pertanyaan memiliki nilai minimum 2 yang artinya responden memiliki penilaian tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan. Selain itu terdapat nilai maksimumnya sebesar 5 artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan tersebut menghasilkan nilai total rata-rata (mean) sebesar 4,3 yang menunjukkan bahwa simpangan data dalam penelitian ini relative kecil dan tidak menyebabkan bias.

Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan

Keputusan (Y)				
	Min	Max	Mean	Total Mean (X3)
Y1.1	2	5	4,41	
Y1.2	2	5	4,37	
Y1.3	1	5	4,15	
Y1.4	2	5	4,3	
Y1.5	1	5	4,41	
	Total Mean		4,32	21,64

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel Variabel Keputusan diatas memiliki 5 item pertanyaan memiliki nilai minimum 1 yang artinya responden memiliki penilaian sangat tidak setuju terhadap pertanyaan yang diajukan. Sedangkan nilai maksimumnya adalah 5 artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan tersebut. Nilai total rata-rata (mean) adalah 4,32. Nilai *mean* ini menunjukkan bahwa simpangan data dalam penelitian ini relative kecil dan tidak menyebabkan bias.

4.2.2 Uji Instrumen Penelitian

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Dapat dikatakan bahwa uji validitas ingin mengukur apakah pernyataan dalam kuesioner yang sudah kita buat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2016: 52).

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan nilai dari *t* table untuk degree of freedom ($df = n-2$), dimana *n* adalah jumlah sampel. Jika *r* hitung > *r* table dan nilainya positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016: 53).

1. Hasil Uji Validitas

Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan	X2.1	0,780	0,196	Valid
	X2.2	0,787	0,196	Valid
	X2.3	0,747	0,196	Valid
	X2.4	0,747	0,196	Valid
Fitur Produk	X1.1	0,684	0,196	Valid
	X1.2	0,614	0,196	Valid
	X1.3	0,734	0,196	Valid
	X1.4	0,788	0,196	Valid
Pengetahuan	X3.1	0,639	0,196	Valid
	X3.2	0,671	0,196	Valid
	X3.3	0,744	0,196	Valid
	X3.4	0,674	0,196	Valid
	X3.5	0,679	0,196	Valid
Keputusan	Y1.1	0,816	0,196	Valid
	Y1.2	0,690	0,196	Valid
	Y1.3	0,815	0,196	Valid
	Y1.4	0,756	0,196	Valid
	Y1.5	0,789	0,196	Valid

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel Hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa variabel fitur produk, kemudahan, pengetahuan, keputusan, memiliki r hitung $>$ r tabel, sehingga dari setiap pernyataan yang digunakan dalam penyusunan kuesioner dapat diasumsikan valid dan dapat digunakan sebagai bahan untuk mengumpulkan data.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian kuesioner untuk mengukur indikator dari variabel dapat dikatakan reliabel atau handal. Seseorang yang menjawab pertanyaan dengan stabil dari waktu ke waktu maka data tersebut reliabel atau handal. Pengukuran reliabilitas suatu kuesioner dengan uji statistic Cronbach Alpha (α).

Setiap variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,70$ (Ghozali, 2016: 48).

Tabel 4. 13 Tingkatan Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,0 - 0,20	Kurang Andal
>0,20 - 0,40	Agak Andal
>0,40 - 0,60	Cukup Andal
>0,60 - 0,80	Andal
>0,80 - 1,00	Sangat Andal

3. Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan	0,741	Reliabel
Fitur Produk	0,664	Reliabel
Pengetahuan	0,712	Reliabel
Keputusan	0,832	Reliabel

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat diketahui bahwa seluruh pernyataan dari variabel Fitur Produk, Kemudahan, Pengetahuan, Keputusan dikatakan reliabel karena *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka dari itu kuesioner yang digunakan bisa dikatakan konsisten dan dapat dipercaya.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian apakah dalam model regresi, variabel pengganggu dan residual memiliki distribusi normal atau tidak normal. Model regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki kontribusi normal. Jika dilihat

menggunakan p-plot data dikatakan berdistribusi normal apabila berdistribusi dengan titik-titik data yang menyebar pada garis diagonal serta penyebaran titik-titik searah dengan garis diagonal (Ghozali, 2016: 154).

Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas

<i>Standardized Residual</i>	N	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	<i>Sig.critical</i>	Keterangan
Model	100	0,0000000 3,09543096 ,227 ,137 -,227 ,227	0,05	Terdistribusi Normal
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073		

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas pada tabel V.15, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp.sig.(2-tailed)* sebesar 0,73. Maka hal tersebut berarti $0,73 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan semua data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

B. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terokedastisitas (Ghozali, 2016: 134). Mendeteksi ada atau tidaknya Heterkedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*. Dalam uji *Glejser*, jika variabel independen signifikan secara statistic mempengaruhi variabel dependen maka ada indikasi terjadi Heterokedastisitas. Model regresi tidak mengandung adanya Heterokedastisitas jika probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% (Ghozali, 2016: 138).

Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Nilai Sig. (2-tailed)	Nilai Signifikansi	Keputusan
Kemudahan	00,070	0,05	Tidak Terjadi Gejala Heterokedastisitas
Fitur Produk	0,846	0,05	Tidak Terjadi Gejala Heterokedastisitas
Pengetahuan	0,084	0,05	Tidak Terjadi Gejala Heterokedastisitas

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai sig,(2-tailed) untuk masing-masing variabel Kemudahan (0,070), Fitur Produk (0,846) dan Pengetahuan (0,084). Sehingga dari ketiga variabel tersebut nilainya lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Mendeteksi ada atau tidak multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai $VIF \geq 10$ atau sama dengan nilai $tolerance \leq 0,1$, maka model regresi tidak terjadi multikoleniaritas (Ghozali, 2016: 104).

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai VIF	Nilai <i>Tolerance</i>	Keputusan
Kemudahan	1,041	0,496	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Fitur Produk	2,105	0,961	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pengetahuan	2,034	0,492	Tidak Terjadi Multikolinearitas

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel independen adalah 1,041 (X1), 2,105 (X2), 2,034 (X3), ketiga variabel tersebut nilainya kurang dari 10,00. Hasil nilai toleransi untuk setiap variabel independen yaitu 0,496 (X1), 0,961 (X2), 0,492 (X3), ketiga variabel tersebut nilai tolerance lebih dari 0,10. Maka dari tiga variabel tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

4.2.4 Uji Ketepatan Model

A. Uji F

Uji F merupakan uji pengaruh variabel bebas secara bersama - sama terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai signifikansi $p\text{-value} < 0,05$ maka secara keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 18 Hasil Uji F

Variabel	F hitung	Nilai Signifikan	Keputusan
Kemudahan, Fitur Produk ,dan Pengetahuan	25,293	0,000	Berpengaruh

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas bahwa nilai F hitung sebesar 25,293 dan nilai F tabel diketahui sebesar 2,70. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, jika F hitung lebih besar dari F tabel maka variabel independen kemudahan, Fitur Produk dan Pengetahuan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile.

B. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinan digunakan untuk menunjukkan hubungan fungsional antara variabel bebas yaitu pengaruh Kemudahan, fitur produk, pengetahuan terhadap variabel terikat (dependen) yaitu keputusan. Jika nilai mendekati satu, maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen atau bisa dikatakan semakin besar R^2 maka semakin bagus model regresi yang digunakan, akan tetapi apabila semakin rendah R^2 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kecil (Ghozali, 2018).

Tabel 4. 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689	,475	,458	1,359

a. Predictors : (Constant) Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan

b. Dependent Variabel : Keputusan

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.19 diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,458 atau 45,8%. Hal ini berarti bahwa perubahan keputusan konsumen dijelaskan oleh fitur produk, kemudahan, pengetahuan. Sedangkan 54,2% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linier berganda difungsikan untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh variabel independen yakni Fitur Produk (X1) Kemudahan (X2) Fitur Produk, dan Pengetahuan (X3) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4. 20 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficient</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	1,419	,187		2,595	,000
Kemudahan	,021	,008	,206	2,729	,008
Fitur Produk	,050	,011	,468	4,458	,000
Pengetahuan	,017	,009	,193	1,831	,007

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel hasil analisis regresi linier berganda diatas menunjukkan bahwa model regresi persamaan regresi dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 1,419 + 0,050 X_1 + 0,021 X_2 + 0,017 X_3 + e$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta sebesar 1,419 yang artinya apabila skor variabel independen yaitu Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan dianggap konstan atau sama dengan nol maka keputusan menggunakan BSI Mobile sebesar 1,419.
2. Nilai koefisien regresi Kemudahan (X2) sebesar + 0,021 menyatakan setiap

penambahan 1 satuan nilai Kemudahan akan menambah nilai keputusan menggunakan BSI mobile sebesar 0,021.

3. Nilai koefisien regresi Fitur Produk (X1) sebesar + 0,050 menyatakan setiap penambahan 1 satuan nilai Fitur Produk akan menambah nilai keputusan menggunakan BSI mobile sebesar 0,050.
4. Nilai koefisien regresi Pengetahuan (X3) sebesar + 0,017 menyatakan setiap penambahan 1 satuan nilai Pengetahuan akan menambah nilai keputusan menggunakan BSI mobile sebesar 0,017.

4.2.6 Uji Hipotesis (T)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Kriteria pengujian yang digunakan dengan membandingkan nilai signifikan yang diperoleh dengan taraf signifikan yang telah ditentukan yaitu 0,05. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen secara signifikan atau hipotesis diterima.

Dasar pengambilan keputusan uji hipotesis:

- a. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1. (Constant)	1,419	,187		2,595	,000
Kemudahan	,021	,008	,206	2,729	,008
Fitur Produk	,050	,011	,468	4,458	,000
Pengetahuan	,017	,009	,193	1,831	,007

(Sumber : Data diolah, 2023)

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Variabel Kemudahan dengan koefisien regresi sebesar 0,021 dan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,008 < 0,05$ (α) yang berarti bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, artinya Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile.
- b. Variabel Fitur Produk dengan koefisien regresi sebesar 0,050 dan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,000 < 0,05$ (α) yang berarti bahwa H_0 ditolak atau H_2 diterima, artinya fitur produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile.
- c. Variabel Pengetahuan dengan koefisien regresi sebesar 0,017 dan nilai probabilitas (sig) sebesar $0,007 < 0,05$ (α) yang berarti bahwa H_0 ditolak atau H_3 diterima, artinya pengetahuan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan membayar ZIS melalui BSI Mobile.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile.

Berdasarkan tabel koefisien uji statistik, untuk Variabel Kemudahan (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,729 yang artinya t hitung lebih besar dari pada

nilai t tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan keputusan membayar melalui BSI Mobile.

Hal ini sesuai dengan teori *Technology Acceptance Model (TAM)* menjelaskan tentang kenapa seseorang menerima jenis teknologi tertentu yang dipengaruhi oleh dua komponen utama, salah satunya adalah kemudahan penggunaan. Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Menurut Galvan (2023) BSI Mobile dan BSI Maslahat untuk mengajak masyarakat membayar zakat fitrah melalui BSI Mobile. BSI Maslahat adalah sebuah mitra strategis PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) dengan melakukan penghimpunan dan penyaluran dana ZIS, CSR dan Dana Sosial yang berpacu pada indikator sustainability. Berdonasi sekarang sangat mudah dengan sekali klik link <https://BSIm.page.link/zakat-fitrah>, setelah itu muncul pilihan nomor rekening di BSI Mobile kemudia pilih amil BSI Maslahat kemudian pilih jumlah zakat fitrah yang akan dibayar.

Dari hasil penelitian dari beberapa responden menyatakan bahwa, kemudahan sudah dapat dirasakan oleh pengguna aplikasi BSI Mobile dalam Menyalurkan dan zakat, infaq, dan sedekahnya secara mudah dan online. Sistem pada aplikasi BSI Mobile mudah dipelajari dan jelas untuk dimengerti dan aplikasi ini mudah di instal melalui playstore, sehingga nasabah merasa dimudahkan dengan pesatnya kemajuan teknologi untuk membayar ZIS secara non tunai dan tidak menghabiskan banyak tenaga.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyaningsih, dkk (2022); Arwanita (2022) dan Putri (2022), yang

menyimpulkan kemudahan informasi berpengaruh terhadap keputusan memakai BSI Mobile. Suatu aplikasi atau sistem dalam mudah untuk diakses dapat menjadi penentu akan banyaknya user atau pengguna. Sistem dapat dikategorikan mudah yaitu seseorang dapat mempelajari dan mengakses aplikasi tersebut.

4.3.2 Pengaruh Fitur Produk Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile.

Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik, untuk variabel Fitur Produk (X₂) diperoleh nilai t hitung dengan nilai konstanta sebesar 4,458 yang artinya nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan membayar melalui BSI Mobile.

Fitur produk diartikan yakni sebagai karakteristik yang menambah nilai fungsi dasar sebuah barang, oleh karena itu untuk pemasar fitur ialah sebagaikunci yang menjelaskan produk mereka dengan produk pesaing. Schiffman dalam penelitian (Khoirunnisa & Dwijayanti, 2020),

Melvern (2022) Fitur utama dan fitur-fitur pendukung BSI Mobile sudah lengkap. Nasabah atau pengguna dapat menjalankan transaksi baik online maupun offline secara efisien. Fitur yang tidakada kaitannya dengan keuangan akan sematkan ke aplikasi sebagai penunjang image 'syariah' yang diusung BSI. Nasabah dapat mengatur pengingat waktu sholat, kompas kiblat, membaca Juz Amma, dan mempelajari keuangan syariah.

Responden menyatakan bahwa akses informasi yang berada di fitur layanan berbagi mudah dilihat dan dipelajari di dalam aplikasi BSI Mobile. Tidak hanya dapat menyalurkan ZIS saja tetapi di dalam fitur layanan berbagi terdapat kalkulator yang dapat menghitung besaran zakat yang harus dikeluarkan dengan akurat dan

tepat.

Hasil penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Aini (2022); Alamsyah dan Saino 2021); dan Pranantha (2021) yang menyimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan. Faktor dari fitur produk itu sendiri yang menyebabkan berpengaruhnya keputusan dari menggunakan BSI Mobile untuk kebutuhan masyarakat.

4.3.3 Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile.

Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik t, menunjukkan bahwa hasil nilai t hitung variabel risiko diperoleh nilai t hitung sebesar 1,831, yang artinya nilai t hitung kecil dari pada nilai t tabel dengan nilai signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,050. Maka dapat disimpulkan bahwa risiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.

Variabel pengetahuan dapat dikatakan berpengaruh karena semakin tinggi atau banyaknya pengetahuan yang dimiliki seseorang, maka akan berpengaruh terhadap keputusan dalam menyalurkan Zakat, Infaq, dan Sedekah. Donatur dalam penelitian ini dapat dilakukan pembayaran aplikasi BSI Mobile ZIS dan memberikan informasi pembayaran ZIS melalui pengurus masjid yang terdaftar pada aplikasi tersebut.

Pengetahuan adalah segenap hasil dari kegiatan mengetahui berkenaan dengan sesuatu obyek (dapat berupa suatu hal atau peristiwa yang dialami subyek). Pengetahuan sebagai hasil kegiatan mengetahui merupakan khasanah kekayaan mental yang tersimpan dalam benak pikiran dan benak hati manusia (Dila Rukmi Octaviana, Reza Aditya Ramadhani 2021).

Responden dalam penelitian ini menyatakan bahwa nasabah cenderung tahu

informasi mengenai pembayaran ZIS melalui informasi yang diberikan di media internet seperti Instagram, website resmi BSI Mobile serta setelah melakukan transaksi melalui aplikasi BSI Mobile. Setelah mengetahui adanya informasi tersebut, donatur dengan menyalurkan ZIS menggunakan aplikasi BSI Mobile. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Octaviana dan Aditya (2021): Widyaningsih, dkk (2022) , yang menyimpulkan bahwa pengetahuan dari masyarakat berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan Variabel Kemudahan (X1) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,729 yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap keputusan keputusan membayar melalui BSI Mobile.
2. Berdasarkan Variabel Fitur Produk (X2) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,458 yang artinya nilai t hitung $> t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan membayar melalui BSI Mobile.
3. Berdasarkan Variabel Pengetahuan (X3) terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI Mobile (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar 1,831, yang artinya nilai t hitung $< t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,007 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan BSI Mobile.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Kota Surakarta sehingga data yang didapatkan sekedar masyarakat yang tinggal di kota Surakarta yang menggunakan atau pernah menggunakan BSI Mobile untuk bertransaksi membayar ZIS.
2. Keterbatasan dalam penelitian berfokus kepada variabel Kemudahan Fitur Produk dan Pengetahuan. Oleh sebab itu belum bisa menjelaskan variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi keputusan menggunakan aplikasi BSI Mobile dalam bertransaksi membayar BSI ZIS.
3. Metode survey dengan instrumen dan kuesioner dalam penelitian ini, sehingga kesimpulan yang diperoleh kurang maksimal.

5.3 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan disertai dengan adanya keterbatasan dalam penelitian, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian yang mencakup daerah seluruh Indonesia. Dimana penelitian hanya mencakup sebanyak 100 responden dan wilayah penelitian hanya berada di Kota Surakarta.
2. Untuk Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat lebih mengencarkan kampanye pengumpulan dana e-zis secara online agar lebih banyak masyarakat yang menggunakan fitur layanan berbagi ZIS yang ada di BSI Mobile.

3. Untuk masyarakat Surakarta diharapkan dapat lebih bijak dalam menyalurkan zakat, infaq, sedekah nya kepada lembaga yang lebih dapat dipercaya penyaluranya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Prastyawan dan Yuni Lestari. 2019. *Pengambilan Keputusan*. Unesa University Press. Surabaya
- Ahmad Syafiq. 2018. Peningkatan Kesadaran Masyarakat dalam Menunaikan Zakat, Infaq, Sedekah dan Wakaf (ZIS). *Jurnal Zakat dan Wakaf*. Vol.5, No.2.
- Ajzen, I. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Alif Ulfa. 2021. Dampak Penggabungan Tiga Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol.7 No.2.
- Ansori, M., & Iswanti, S. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Citapustaka Media. Jakarta.
- Arif Pribadi, Rachmat Gunawan. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Resiko, Fiturlayanan terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Bankin Studi Kasus BRI Syariah Pusat. *Jurnal Visionida*. Vol 6 No.2.
- Bungin, M.Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Cetakan ke 3. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Busemeyer, J. R., Gluth, S., Rieskamp, J., & Turner, B. M. 2019. Cognitive and neural bases of multi-attribute, multi-alternative, value-based decisions. *Trends in Cognitive Sciences*, 23(3),251–263.
- Davis,F.D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- Dhita Lutfiah, Ahmad Amin Dalimunta. 2022. Analisis Penerapan Layanan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah di BSI KCP Medan Pulo Brayan. *Journal Of Indonesian Management*. Vol. 2 No.2, Halaman 205-212.
- Dyah Ayu Kartika. 2022. *BSI Raup Laba Bersih Rp2,13 Triliun pada Kuartal II/2022*. DataIndonesia.id.
- Eka Lestari dan Fauzi Arif Lubis. 2022. Strategi Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (Laz-Washal) untuk Meningkatkan Donatul Berdonasi. *Jurnal Manajemen Publik*. Vol.2 No.3.
- Faqih Nur Iman Hakim Al. 2018. Model Implementasi Fungsi Intermediasi Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vo.1 No.2.
- Fishbein, M. 1979. A Theory of Reasoned Action: Some Applications and Implications. *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 65-116.

- Ghozali. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Istiqomah dan Ahmad Fauzi. 2021. Strategi Fundraising Dana Zakat pada Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil*. Vol.3, No.1.
- Kadir. 2015. *Statistika Terapan Konsep, Contoh, dan Analisa Data dengan Program SPSS atau Lisrel dalam Penelitian*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Khairina Nazlah. 2019. Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, Dan Sedekah (ZIS) Untuk Meningkatkan Ekonomi Duafa (Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat Cabang Medan). *Jurnal At-Tamwil*. Vol.3 No.1.
- M.Richard. 2021. *Jangkauan Lebih Banyak Milenial BSI Fokus Kembangkan Produk ZIS BSI Mobile*. Finansial.bisnis.com.
- Muhamdi, N. S. 2017. Teknik Pengambilan Keputusan Dalam Menentukan Model Manajemen Pendidikan Menengah. *Jurnal Manajemen pendidikan* Volume; 4 No.2, 136-137.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2012. *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani, dan Abdul Jalil. 2020. Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu. *Jual Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol.2 No.1.
- Rahmanungsi Indah, dan Sofyan Hakim. 2022. Pengaruh Layanan Fitur Berbagai ZIS terhadap Preferensi Nasabah dalam Menyalurkan Donasi di BSI Kotawaringin Timur. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Vo.2 No.4.
- Rao, Akshay R. dan Kent B. Monroe. 1989. The Effect of Price, Brand Name, and Store Name on Buyers Perception of Product Quality: An Integrative Review. *Journal of Marketing Research* 26 (August): 351-357.
- Rizky Eka Febriansah, dan Dewi Ratiwi Meiliza. 2021. *Teori Pengambilan Keputusan*. Umsida Press. Sidoarjo.
- Schmitt, B. 2011. Experience marketing: Concepts, frameworks and consumer insights. *Foundations and Trends® in Marketing*, 5(2), 55-112.
- Shafira, M. A. 2021. *Efektivitas Aplikasi Sistem Elektronik Lumajang (Siperlu) Pada Masa Pandemi Dalam Peningkatan Kinerja Asn Dan Kualitas Layanan Di Kabupaten Lumajang*. Universitas Muhammadiyah Jember. Jember.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabet. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Jakarta.

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta. Jakarta.
- Taan, Hapsawati. 2021. Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Volume 8 (1): 89-96.
- usuf Qardhawi. 2020. Islam Jalan Tengah Menjauhi Sikap Berlebihan dalam Beragama. Mizan. Bandung.
- Viva Budy Kusnandar. 2021. *Katadata Media Network*. Databoks.katadata.co.id
- Yitno Utomo, Indung Sudarso, Lukmandono. 2016. Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) untuk Mengukur Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Digitalisasi Yellow Pages (Studi Kasus Pada Perusahaan MD. Media Surabaya). *Seminar Internasional dan Konferensi Nasional IDEC 2016*. Vol.03 No.04.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No	Bulan	April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																				
2	Konsultasi																				
3	Uji Seminar Proposal																				
4	Revisi Proposal	X	X																		
5	Pengumpulan data							X	X	X	X										
6	Analisis dan Penulisan Akhir Naskah Skripsi															X	X				
7	Munaqosah																				
8	Revisi Skripsi																				

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Perkenalkan nama saya Annas Yuli Setyawan mahasiswa program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam UIN Raden Mas Said Surakarta, saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul "Pengaruh Kemudahan, Fitur Produk, Pengetahuan Terhadap Keputusan Membayar ZIS Melalui BSI *Mobile* (Studi Kasus Masyarakat Kota Surakarta)

Adapun kriteria responden, yaitu :

1. Berdomisi di Kota Surakarta
2. Pernah membayar ZIS melalui BSI *Mobile*

Maka dari itu, saya memohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Segala bentuk informasi yang diberikan dalam kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiannya. Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

1. IDENTITAS RESPONDEN

A. Petunjuk Pengisian

1. Mohon mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
2. Berilah tanda centang (V) pada kolom yang tersedia dan pilih jawaban yang seusai dengan pilihan Anda.
3. Isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai menurut anda.

B. Pertanyaan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 17-25 tahun
 - 26-35 tahun
 - 36-45 tahun
 - 46-55 tahun
 - 56-65 tahun
 - >65 tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - SD
 - SMP/SLTP
 - SMA/MA
 - Diploma
 - S1

S2

5. Kecamatan :

Laweyan

Serengan

Jebres

Banjarsari

Pasar Kliwon

6. Pekerjaan Responden :

Pelajar/Mahasiswa

PNS/TNI/Polri

Ibu Rumah Tangga

Wiraswasta

7. Penghasilan Perbulan :

< Rp 1.500.000

Rp 1.500.001 – 2.000.000

Rp 2.000.001– 2.500.000

Rp 2.500.001– 3.000.000

> Rp 3.000.001

Lampiran 3 item Pertanyaan Kuesioner

1. Kemudahan (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa fitur Berbagi ZIS sangat mudah dipelajari.					
2.	Dalam membayar ZIS menggunakan BSI <i>Mobile</i> saya tidak mengalami kebingungan saat menggunakannya.					
3.	Dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i> dalam membayar ZIS dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.					
4.	Dalam menggunakan fitur Berbagi ZIS dapat menghemat waktu dan tenaga					

2. Fitur Produk (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Fitur layanan pada BSI <i>Mobile</i> memberikan kemudahan dalam mengakses informasi.					
2.	BSI <i>Mobile</i> Berbagi ZIS memiliki bermacam-macam layanan transaksi.					
3.	Terdapat berbagai jenis layanan berbagi yang bisa diakses.					
4.	BSI <i>Mobile</i> Berbagi ZIS memiliki beragam fitur layanan					
5.	Adanya fitur tambahan membuat nasabah berminat menggunakan BSI <i>Mobile</i> .					

3. Pengetahuan (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mengetahui atribut produk yang disediakan pada BSI <i>Mobile</i> .					
2.	Saya mempunyai pengetahuan yang diperlukan untuk membayar ZIS menggunakan BSI <i>Mobile</i> .					

3.	Saya mengetahui manfaat dari fitur berbagi ZIS yang ada pada <i>BSI Mobile</i> .					
4.	Saya dapat menggunakan aplikasi <i>BSI Mobile</i> untuk membayar ZIS dengan baik.					
5.	Saya membayar ZIS menggunakan BSI					

4. Keputusan (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mencari informasi sebelum melakukan pembayaran ZIS menggunakan <i>BSI Mobile</i> .					
2.	Saya yakin membayar ZIS menggunakan <i>BSI Mobile</i> merupakan keputusan yang tepat.					
3.	Saya membayar ZIS menggunakan <i>BSI Mobile</i> karena percaya dengan platform yang saya pilih.					
4.	Saya merasa puas telah membayarkan ZIS menggunakan <i>BSI Mobile</i> .					
5.	Saya tertarik untuk kembali membayar ZIS menggunakan <i>BSI Mobile</i> .					

Lampiran 4 Tabulasi Data

No Responden	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Kecamatan	Pekerjaan Responden	Penghasilan Perbulan
1	2	1	5	1	1	2
2	2	1	4	2	4	4
3	1	1	4	5	4	3
4	1	1	5	3	4	5
5	2	1	5	1	1	1
6	2	1	3	4	4	5
7	1	1	5	1	4	2
8	2	2	3	4	2	1
9	2	1	3	5	1	2
10	1	1	3	1	1	1
11	1	1	5	4	4	2
12	2	1	3	5	1	1
13	1	1	4	4	4	3
14	2	1	5	3	1	1
15	2	1	5	2	4	4
16	1	1	3	4	4	1
17	1	2	5	1	2	5
18	2	1	3	3	1	1
19	1	2	5	3	3	5
20	1	1	3	1	1	1
21	1	1	5	1	4	3
22	2	1	3	3	4	3
23	1	2	3	4	4	2
24	2	1	3	5	1	1
25	1	1	2	3	1	5
26	1	1	3	1	4	4
27	2	1	3	5	1	1
28	1	1	3	4	1	1
29	2	2	5	1	2	4
30	1	1	3	3	1	1
31	2	1	4	4	4	2
32	1	2	3	1	1	1
33	1	1	3	3	4	3
34	2	1	5	1	1	1
35	1	2	5	1	4	2

36	1	1	5	4	1	2
37	1	1	3	4	1	1
38	1	1	2	2	4	5
39	2	1	4	2	4	2
40	2	1	5	2	4	3
41	2	1	4	3	1	1
42	2	1	3	2	1	2
43	2	1	4	2	4	4
44	1	1	5	3	1	1
45	1	1	3	1	1	1
46	1	1	4	1	4	2
47	2	1	5	2	4	2
48	1	1	3	4	2	5
49	2	2	5	2	4	5
50	2	1	4	2	4	4
51	2	1	4	3	1	1
52	1	1	5	1	2	5
53	2	5	5	2	2	5
54	1	5	5	2	2	5
55	2	1	5	2	4	1
56	2	2	5	2	2	5
57	2	1	4	2	4	5
58	1	2	5	2	2	4
59	2	1	5	2	1	1
60	2	1	5	4	4	2
61	2	1	4	2	1	2
62	2	1	3	4	1	1
63	2	1	5	1	1	1
64	1	1	3	2	1	5
65	1	1	3	3	4	2
66	2	1	3	1	1	1
67	2	1	5	1	4	3
68	2	1	3	4	1	1
69	2	1	2	1	3	1
70	1	1	4	5	4	3
71	1	1	3	1	3	3
72	1	1	3	1	1	2
73	1	1	3	5	1	1
74	2	1	3	4	1	1
75	2	1	3	5	1	1
76	1	2	5	1	4	5

77	2	1	4	1	1	1
78	2	1	3	1	4	2
79	1	1	5	4	2	3
80	1	1	5	5	4	2
81	1	1	5	4	4	2
82	1	1	5	2	4	3
83	1	1	5	5	4	2
84	1	1	5	4	1	1
85	2	1	5	1	4	1
86	2	2	4	4	2	3
87	1	1	4	5	1	1
88	1	1	3	1	1	1
89	1	1	4	2	1	1
90	1	1	4	4	4	1
91	2	1	5	1	4	2
92	2	2	5	3	4	2
93	2	2	5	4	1	2
94	1	1	5	4	4	1
95	1	2	5	2	4	3
96	2	1	3	1	1	2
97	1	1	4	4	4	1
98	1	1	5	2	4	2
99	2	2	5	4	4	2
100	2	1	5	4	1	1

Kemudahan (X1)				Fitur Produk (X2)				Pengetahuan (X3)					Keputusan (Y)				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5
5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	3	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
3	3	4	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4

4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	2	5	2	2	5	2	2	2
4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	3	3	5
5	4	2	1	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	5
5	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3
5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5
4	3	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4
5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5

5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5

Lampiran 5 Hasil uji Validitas**Kemudahan**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	,419**	,442**	,285**	,730**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,419**	1	,406**	,589**	,787**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,442**	,406**	1	,396**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,285**	,589**	,396**	1	,747**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TotalX1	Pearson Correlation	,730**	,787**	,747**	,747**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Fitur Produk

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2TOT AL
X2.1	Pearson Correlation	1	,204*	,329**	,350**	,684**
	Sig. (2-tailed)		,042	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,204*	1	,222*	,400**	,614**
	Sig. (2-tailed)	,042		,027	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,329**	,222*	1	,477**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,001	,027		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,350**	,400**	,477**	1	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X2TOT AL	Pearson Correlation	,684**	,614**	,734**	,788**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Pengetahuan

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3TOT AL
X3.1	Pearson Correlation	1	,320**	,301**	,285**	,345**	,639**
	Sig. (2-tailed)		,001	,002	,004	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,320**	1	,428**	,474**	,093	,671**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,356	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,301**	,428**	1	,217*	,469**	,744**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,030	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,285**	,474**	,217*	1	,393**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,030		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	,345**	,093	,469**	,393**	1	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,356	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3TOT AL	Pearson Correlation	,639**	,671**	,744**	,674**	,679**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

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

Keputusan

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1TOT AL
Y1.1	Pearson Correlation	1	,436**	,632**	,441**	,651**	,816**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,436**	1	,406**	,561**	,333**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,632**	,406**	1	,464**	,583**	,815**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,441**	,561**	,464**	1	,474**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	,651**	,333**	,583**	,474**	1	,789**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1TOT AL	Pearson Correlation	,816**	,690**	,815**	,756**	,789**	1

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Lampiran 6 Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Kemudahan	
Cronbach's Alpha	N of Items
,664	4

Reliability Statistics	
Fitur Produk	
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	4

Reliability Statistics	
Pengetahuan	
Cronbach's Alpha	N of Items
,712	5

Reliability Statistics	
Keputusan	
Cronbach's Alpha	N of Items
,832	5

Lampiran 7 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardiz ed Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,09543096
Most Extreme Differences	Absolute	,227
	Positive	,137
	Negative	-,227
Test Statistic		,227
Asymp. Sig. (2-tailed)		,073 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 8 Uji Heterokedastisitas**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,057	1,950		5,157	,000
	X1TOTAL	-,023	,117	-,026	-,194	,846
	X2TOTAL	-,250	,079	-,298	-3,165	,070
	X3TOTAL	-,171	,098	-,230	-1,747	,084

a. Dependent Variable: Abs_res

Lampiran 9 Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients					
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1,419	,187		2,595	,000			
	X1TOTAL	,050	,011	,468	4,458	,000	,496	2,015	
	X2TOTAL	,021	,008	,206	2,729	,008	,961	1,041	
	X3TOTAL	,017	,009	,193	1,831	,070	,492	2,034	

a. Dependent Variable: LnX2Res

Lampiran 10 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,604	3	,535	25,923	,000 ^b
	Residual	1,775	96	,018		
	Total	3,379	99			

a. Dependent Variable: LnX2Res

b. Predictors: (Constant), X3TOTAL, X2TOTAL, X1TOTAL

Lampiran 11 Uji T**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,419	,187		2,595	,000		
	X1TOTAL	,050	,011	,468	4,458	,000	,496	2,015
	X2TOTAL	,021	,008	,206	2,729	,008	,961	1,041
	X3TOTAL	,017	,009	,193	1,831	,070	,492	2,034

a. Dependent Variable: LnX2Res

Lampiran 12 Koefisien Determinasi**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,475	,458	,1359

a. Predictors: (Constant), X3TOTAL, X2TOTAL, X1TOTAL

Lampiran 13 Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,419	,187		2,595	,000		
	X1TOTAL	,050	,011	,468	4,458	,000	,496	2,015
	X2TOTAL	,021	,008	,206	2,729	,008	,961	1,041
	X3TOTAL	,017	,009	,193	1,831	,070	,492	2,034

a. Dependent Variable: LnX2Res

DAFTAR RIWAYAT HIDUP**Data Pribadi**

Nama Lengkap : Annas Yuli Setyawan
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat dan Tanggal Lahir : Sragen, 23 Juli 1999
No. Telp : 085742348244
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat : Candi Baru Rt 02/Rw 05, Plumbungan,
Karangmalang, Sragen

Pendidikan Formal

1. TK (Taman Kanak-Kanak) Tri Bhakti Sragen, Jawa Tengah 2004-2006
2. SD N 4 Sragen, Jawa Tengah. Tahun 2006-2012
3. SMP N 3 Sragen, Jawa Tengah. Tahun 2012-2015
4. SMK Widya Wisata Sragen, Jawa Tengah. Tahun 2015-2018