

**ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH***

**(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said 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:**

**DENI FITRI NUR AINI**

**NIM. 18.52.31.050**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2022**

**ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z  
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH***

**(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said 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:

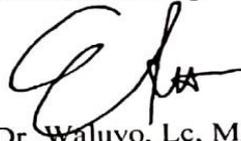
**DENI FITRI NUR AINI**

**NIM. 18.52.31.050**

**Surakarta, 18 Oktober 2022**

**Disetujui dan disahkan oleh:**

**Dosen Pembimbing Skripsi**



**Dr. Waluyo, Lc, MA**

**NIP. 19790910201101 1 005**

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : DENI FITRI NUR AINI  
NIM : 18.52.31.050  
JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul "ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)"

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

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 19 Oktober 2022



Dr. Waluyo, Lc., MA

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi

Sdr : Deni Fitri Nur Aini

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 Deni Fitri Nur Aini NIM: 18.52.31.050 yang berjudul:

**ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.

Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Surakarta, 19 Oktober 2022

Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Waluyo, Lc., MA

NIP. 19790910201101 1 005

## SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : DENI FITRI NUR AINI

NIM : 18.52.31.050

FAKULTA : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian saya yang berjudul “ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH* (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)”

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data sesuai sampel skripsi tersebut. 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 dengan sebagai mana mestinya.

Surakarta, 19 Oktober 2022



**PENGESAHAN**

**ANALISIS TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN MOBILE BANKING SYARIAH (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

Oleh :

**DENI FITRI NUR AINI**  
**NIM. 18.52.31.050**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah pada hari Jum'at tanggal 04 November 2022 M / 9 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. Indah Piliyanti, S.Ag, M.Si  
NIP. 19780318 200912 2 001



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



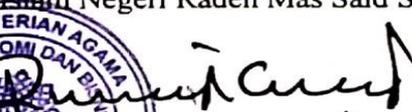
Penguji III  
Rahmawati Khoiriyah, M.E  
NIP. 199211272020122022



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**

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:6)

"Sukses bukanlah suatu kebetulan. Sebab kesuksesan terbentuk dari kerja keras, pembelajaran, pengorbanan dan cinta yang ingin kamu lakukan"

(Pele)

“Jika kamu tidak dapat melakukan hal yang besar, maka lakukanlah hal-hal kecil dengan cara yang hebat”

(Napolean Hill)

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur, saya persembahkan dengan segenap cinta dan doa.

Sebuah karya yang sederhana ini untuk:

Orang tua saya, Bapak Suyamto dan Ibu Narimah tercinta yang selama ini senantiasa mendoakan serta mendukung saya tanpa kenal lelah. Merekalah yang mampu menghilangkan keraguan dalam diri saya,

Kakak-kakak dan adik-adik tersayang, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan doa dan dukungannya,

Sahabatku Siti Ngaisah, Dwi Annisa, Fina Arditiya, Fitri Nur Khotimah, Adik Risa yang telah menjadi tempatku berkeluh kesah

Keluarga besar Perbankan Syariah 2018 kelas B dan kelas Akademisi yang telah memberikan warna selama perjalanan menempuh studi di UIN Raden Mas

Said Surakarta

Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan *Mobile Banking Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)*” dengan baik. Skripsi ini disusun guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dra. Hj. Ani Sofiyani, M.S.I., selaku Dosen Pembimbing Akademik, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

5. Dr. Waluyo, Lc., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing selama penulis menyelesaikan skripsi.
6. Biro Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu serta pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
8. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan segenap doa terbaiknya, mencurahkan kasih sayang dan pengorbanan yang tiada habisnya serta keluarga besarku yang telah memberikan doa, dukungan dan semangatnya kepada penulis.
9. Sahabatku Siti Ngaisah, Dwi Annisa, Fina Arditiya, Fitri Nur, Adik Risa serta seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu memberi semangat, dukungan dan perhatian selama penulis menyelesaikan perkuliahan
10. Responden yang telah bersedia mengisi kuesioner dan membantu melancarkan proses penelitian penulis.

Akhir kata penulis berdoa semoga tulisan yang teramat sederhana ini bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin

*Wassalamu'alaikum W.Wb.*

Surakarta, 19 Oktober 2022

Penulis

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes, subjective norms and behavioral control on student interest in FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta using Islamic mobile banking. This research is a quantitative research in which data is obtained through the distribution of online questionnaires via google forms which are distributed via WhatsApp. The sampling technique used purposive sampling method with a sample of 100 respondents. The data collected were analyzed through multiple regression analysis with the help of SPSS version 23.*

*The results of this study indicate that either partially or simultaneously the variables of perceived usefulness, perceived ease of use, attitudes, subjective norms and behavioral control have an effect on student interest in FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta using Islamic mobile banking. This can be seen from the value of  $f_{count} > f_{table}$  which is  $199.437 > 2.31$  and the value of sig  $0.000 < 0.05$ .*

***Keywords: Islamic mobile banking, usability, ease of use, attitudes, subjective norms, behavioral control, student interest***

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dimana data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online melalui *google form* yang disebar melalui *whatsApp*. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 100 responden. Data yang terkumpulkan dianalisis melalui analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $199,437 > 2,31$  dan nilai  $sig < 0,000 < 0,05$ .

Kata Kunci: *mobile banking* syariah, kegunaan, kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, minat mahasiswa

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN NOTA DINAS.....	iv
HALAMAN PERNYATAN MELAKUKAN PENELITIAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQOSAH.....	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	x
ABSTRAK.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1

1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Rumusan Masalah .....	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.7 Jadwal Penelitian .....	9
1.8 Sistematika Penulisan.....	9

## BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> .....	11
2.1.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	13
2.1.3 <i>Mobile Banking</i> .....	14
2.1.4 Generasi Z.....	17
2.1.5 Minat .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Berpikir .....	25
2.4 Hipotesis.....	26

## BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian .....	32
3.2 Jenis Penelitian .....	32

3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel .....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel .....	33
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.4 Data dan Sumber Data.....	35
3.4.1 Data Primer .....	35
3.4.2 Data Sekunder.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.5.1 Metode Kuesioner.....	36
3.6 Variabel Penelitian .....	37
3.6.1 Variabel Independen (X) .....	37
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	38
3.7 Definisi Operasional Variabel .....	38
3.8 Teknik Analisis Data .....	41
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	41
3.8.2 Uji Instrumen Penelitian .....	42
3.8.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.4 Uji Ketepatan Model.....	44
3.8.5 Analisis Regresi Berganda.....	45
3.8.6 Uji Hipotesis (Uji t) .....	46

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian .....	47
4.1.1 Gambaran Umum Responden .....	47
4.2 Penyajian dan Hasil Analisis Data .....	47
4.2.1 Karakteristik Responden .....	47
4.2.2 Hasil Uji Instrumen .....	51
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	54
4.2.4 Hasil Uji Ketetapan Model .....	58
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) .....	62
4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis) .....	65
4.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah .....	66
4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah .....	67
4.3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah .....	69
4.3.4 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Syariah .....	70

4.3.5 Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah.....	72
4.3.6 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah.....	74
<b>BAB V PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Keterbatasan Data.....	78
5.3 Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Tahun Angkatan.....	49
Tabel 4.3 Karakteristik Jenis Prodi.....	49
Tabel 4.4 Karakteristik M-Banking Syariah Yang Digunakan.....	50
Tabel 4.5 Karakteristik Lama Penggunaan M-Banking Syariah.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinan.....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Berganda.....	60
Tabel 4.14 Hasil Uji Hipotesis.....	63

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Jadwal Penelitian.....	85
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 3 Tabulasi Data.....	94
Lampiran 4 Hasil Output.....	111
Lampiran 5 Plagiasi.....	120
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	121

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya perkembangan internet sekarang ini telah memberikan banyak perubahan dalam kehidupan manusia. Salah satu dampak yang dapat dirasakan yaitu semakin mudahnya memperoleh berbagai informasi secara global setiap harinya. Aktivitas sehari-haripun tidak terlepas dari adanya internet. Hal ini menuntut kita untuk semakin melek akan teknologi (Indah et al., 2020).

Di Indonesia sendiri, pengguna internet terus meningkat disetiap tahunnya. Dilansir dari laman web Kompas.com, pada awal tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 15,5% atau sejumlah 202 juta pengguna. Bahkan hasil survei dari [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com) menyatakan bahwa negara Indonesia menjadi negara pengguna internet terbanyak ketiga di Asia dengan jumlah user sebanyak 212,15 juta pada Maret 2021.

Tingginya tingkat pengguna internet di Indonesia menjadi peluang baik bagi industri bisnis salah satunya perbankan syariah. Peluang ini dimanfaatkan oleh bank syariah dalam mentransformasikan sistem layanan keuangannya menjadi layanan berbasis digital. Beberapa transformasi ini dapat dilihat dari adanya *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking*, *automatic teller machine* (ATM) dan *electronic data capture* (EDC) (Sukmawati et al., 2021).

Mudahnya penggunaan layanan digital yang ditawarkan oleh bank syariah, mampu mengembangkan kegiatan usaha bank sehingga *fee based income* yang

diperoleh bank pun turut mengalami peningkatan (Tampubolon, 2015). Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan, *market share* perbankan syariah per September 2021 mencapai 6,52% dengan presentase terbanyak disumbangkan oleh BUS (64,80%), UUS (32,74%) dan BPRS sebanyak 2,46%. Presentase ini telah menunjukkan peningkatan sebesar 0,34% dari tahun 2020.

Peningkatan ini tidak sebanding dengan jumlah populasi masyarakat muslim di Indonesia. Berdasarkan data Kementrian Dalam Negeri, jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta atau setara dengan 86,9% dari populasi penduduk Indonesia yang mencapai 273,32 juta jiwa per 31 Desember 2021. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas masyarakat muslim lebih banyak menggunakan bank konvensional.

Dalam menghadapi persaingan dengan bank konvensional, bank syariah terus menginovasi layanan digitalnya untuk menarik nasabah baru khususnya masyarakat muslim melalui layanan *mobile banking*. *Mobile banking* adalah layanan keuangan yang dikembangkan bank dimana layanan ini dapat diakses 24 jam melalui *smartphone* yang terhubung dengan jaringan internet (Iriani, 2018).

Adanya *mobile banking* syariah menjadikan transaksi digital yang dilakukan oleh masyarakat mengalami peningkatan. Salah satunya data Bank Syariah Indonesia (BSI) yang menunjukkan adanya peningkatan volume transaksi *mobile banking* sebesar 97,4% atau 46,6 juta transaksi pada Juli 2021

(BSI, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat akan produk bank syariah terutamanya *mobile banking* telah mengalami peningkatan.

Peluang ini dimanfaatkan bank syariah untuk terus melakukan pemasaran *mobile banking* nya melalui berbagai platform digital maupun *e-commerce* serta media sosial lainnya untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas lagi, terutama generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010, dimana generasi ini menyukai hal-hal praktis, efisien dan instan serta mampu mengaplikasikan teknologi berbasis internet dalam satu waktu secara bersamaan (Maharani, 2021).

Salah satu kelompok generasi Z ini adalah mahasiswa. Mereka merupakan generasi yang mampu melakukan berbagai macam kegiatan dalam satu waktu bersamaan (*multi tasking*) melalui internet (Putra, 2016). Selain *multi tasking*, mahasiswa juga memiliki karakteristik yang unik diantaranya lebih melek teknologi, menyukai hal-hal yang praktis dan instan serta berpikiran terbuka (Pratiwi et al., 2020).

Sebagai generasi Z yang tanggap akan perkembangan teknologi, mahasiswa menjadi salah satu golongan yang banyak menggunakan jasa perbankan terutama *mobile banking* syariah. Hal ini didorong oleh adanya perubahan gaya digital yang digemari oleh mahasiswa yang menyukai sesuatu yang praktis dan instan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Adanya *mobile banking* syariah, sangat membantu mahasiswa dalam melakukan segala bentuk transaksi perbankan.

Namun hal tersebut bertolak belakang dengan hasil prasurve yang dilakukan oleh peneliti, dimana dari 15 mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta hanya 5 mahasiswa yang menjadi nasabah bank syariah dan telah menggunakan *mobile banking*, sedangkan 8 mahasiswa hanya sebagai nasabah bank syariah tanpa menggunakan *mobile banking* dan 2 mahasiswa bukan nasabah bank syariah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat mahasiswa terhadap bank syariah terutama pada layanan *mobile banking* tergolong rendah.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*, salah satunya adalah bagaimana mahasiswa menerima dan menggunakan teknologi tersebut. Hal ini dapat dijelaskan melalui berbagai teori pendekatan diantaranya yaitu model penerimaan teknologi (*Technology Acceptance Model*) dan teori perilaku berencana (*Theory of Planned Behavior*).

Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor TAM yang mempengaruhi minat individu dalam menggunakan suatu teknologi. Hal ini karena seseorang akan tertarik menggunakan teknologi, apabila teknologi tersebut memberikan manfaat dan mudah digunakan. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rozi & Ziyad (2019) bahwa persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Namun hasil penelitian tersebut tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al., (2021), dimana hasil penelitiannya menunjukkan

bahwa variabel kegunaan dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Sedangkan dalam teori perilaku berencana, minat individu dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku (Arthana R & Rukhviyanti, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Walean & Talumantak (2021) menyatakan bahwa variabel sikap berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Kaukab & Setiyanti (2022) menyatakan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* dimasa pandemi covid-19. Penelitian yang dilakukan oleh Baharuddin (2021) menunjukkan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan pembayaran digital atau *cashless* dimasa pandemi covid-19.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)* Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta).**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Kurangnya minat masyarakat muslim akan layanan perbankan syariah. Hal ini dapat dilihat dari adanya kesenjangan data *market share* bank syariah dengan jumlah masyarakat muslim pada tahun 2021
2. Peningkatan volume transaksi digital melalui *mobile banking* syariah belum mampu meningkatkan *market share* perbankan syariah yang masih berada pada 6,52% per September 2021
3. Rendahnya minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat dilihat dari 15 mahasiswa hanya 5 mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* syariah
4. TAM dan TPB menjadi salah satu aspek penentu minat individu dalam menggunakan *mobile banking*

### **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan agar tidak terjadi penyimpangan pokok bahasan sehingga penelitian dapat dilakukan secara terarah sesuai dengan tujuan penelitian itu sendiri. Dalam penelitian ini fokus masalah yang dikaji yaitu sebagai berikut:

1. Faktor *Technology Acceptance Model* (TAM) melalui variabel persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
2. Faktor *Theory of Planned Behavior* (TPB) melalui variabel sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah serta batasan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?
3. Apakah sikap berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?
4. Apakah norma subjektif berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?
5. Apakah kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?
6. Apakah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui adakah pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
2. Mengetahui adakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
3. Mengetahui adakah pengaruh sikap terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
4. Mengatahui adakah pengaruh norma subjektif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
5. Mengatahui adakah pengaruh kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
6. Mengatahui adakah pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku secara simultan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih dalam ilmu ekonomi syariah khususnya ilmu perbankan syariah serta dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan dalam

penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan minat penggunaan *mobile banking* syariah melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) dan *Theory of Planned Behavior* (TPB)

2. Manfaat praktis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti serta dapat digunakan oleh bank syariah sebagai bahan evaluasi pada layanan *mobile banking*nya dan mengedukasi nasabah untuk lebih memanfaatkan *mobile banking* syariah sebagai media transaksi keuangan

### **1.7 Jadwal Penelitian**

Terlampir

### **1.8 Sistematika Penulisan**

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

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi uraian terkait latar belakang masalah yang ada, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini menjelaskan terkait kajian teori yang didalamnya menguraikan tentang konstruk TAM (*Technology Acceptance Model*), konstruk TPB (*Theory of Planned Behavior*), *mobile banking*, Generasi Z dan minat.

Selain kajian teori, dalam bab ini juga menjelaskan terkait hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang rancangan penelitian yang terdiri atas waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel serta teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel dan teknik analisis data.

### BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi uraian terkait gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data serta pembahasan hasil analisis data (pembuktian hipotesis).

### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dari hasil analisis data penelitian dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Kajian Teori

##### 2.1.1 *Technology Acceptance Model*

*Technology Acceptance Model* (TAM) atau model penerimaan teknologi merupakan teori penerimaan suatu teknologi baru yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989 (Alomary & Woollard, 2015). Dalam mengembangkan teorinya Davis mengadopsi model *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Riza & Hafizi, 2019). TRA adalah suatu teori yang menjelaskan bahwa sikap dan perilaku seseorang dipengaruhi oleh reaksi dan persepsinya akan suatu hal atau objek (Inayah et al., 2018).

TAM menjadi salah satu model pendekatan yang sering digunakan oleh peneliti sebelumnya dalam mengkaji niat seseorang dalam menerima dan menggunakan suatu teknologi informasi baru (Chen et al., 2011). Terdapat dua variabel utama dalam teori TAM yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*). Kedua variabel ini saling mempengaruhi sikap seseorang untuk menerima atau menolak suatu sistem teknologi informasi (Adhiputra, 2015).

*Perceived ease of use* atau persepsi kemudahan penggunaan merupakan tolak ukur tingkat pemahaman serta kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi. Persepsi kemudahan adalah keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan teknologi tidak membutuhkan terlalu banyak usaha (Kurniawan

et al., 2013). Persepsi ini dapat diukur melalui beberapa indikator diantaranya fleksibel, mudah digunakan dan mudah dipelajari (Davis, 1985)

Definisi *perceived usefulness* atau persepsi kegunaan adalah tingkat kepercayaan seseorang bahwa mereka akan mendapatkan manfaat yang positif dari teknologi yang mereka gunakan (Walean & Talumantak, 2021). Seseorang percaya bawa jika suatu teknologi memberikan manfaat yang baik otomatis juga akan meningkatkan produktivitas dan kinerja mereka (Kusumaningtyas & Wardani, 2019). Persepsi ini diukur dengan menggunakan indikator kerja lebih efektif, meningkatnya produktivitas serta pekerjaan menjadi lebih cepat.

Dalam perspektif perbankan syariah, persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* berguna untuk mengetahui sejauh mana *mobile banking* menjadi layanan perbankan yang *user friendly*. Disisi lain persepsi kegunaan berguna untuk mengetahui sejauh mana *mobile banking* dapat memperbaiki layanan perbankan melalui kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* (Ashsifa, 2020).

Model TAM memiliki sejumlah keunggulan antara lain (Rahayu, 2015):

1. Landasan teorinya kuat
2. Model TAM dapat mengatasi kegagalan implementasi sistem teknologi informasi
3. Model TAM banyak dibuktikan dalam penelitian lainnya
4. TAM memiliki model yang sederhana sehingga model tersebut valid dan mudah dipahami

Meskipun demikian, TAM juga memiliki kekurangan diantaranya:

1. Informasi yang diberikan TAM sangat umum
2. TAM tidak mempunyai kontrol perilaku
3. TAM kurang mampu menjelaskan sepenuhnya hubungan antar variabel

### **2.1.2 Theory of Planned Behavior**

*Theory of Planned Behavior* (TPB) atau teori perilaku terencana adalah hasil modifikasi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sudah ada sebelumnya (Ajzen, 1991). TPB pertama kali diperkenalkan tahun 1998 oleh Icek Ajzen dengan menambahkan satu konstruk persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control*) yang mampu menyempurnakan dua konstruk dalam TRA (*attitude towards behavior* dan *subjective norm*) (Mukhtisar et al., 2019)

Teori ini menyatakan bahwa manusia adalah makhluk rasional yang sangat penuh pertimbangan dan memperhatikan dampak yang timbul akibat dari keputusannya mengenai suatu perilaku (Durman & Musdholifah, 2020). TPB dapat menjelaskan bahwa minat seseorang untuk menggunakan suatu teknologi dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku (Hasyim & Nurohman, 2021)

*Attitude towards behavior* atau sikap terhadap perilaku menjadi variabel pertama dalam mempengaruhi niat berperilaku seseorang (Seni & Ratnadi, 2017). Sikap merupakan suatu kecenderungan seseorang dalam merespon atau menilai berbagai hal dari hasil akhir kinerjanya (Senalajari & Rafdinal, 2021).

Dalam hal ini hubungan kepercayaan seseorang terhadap positif-negatifnya suatu hal menjadi faktor yang mendasari perilaku seseorang.

*Subjective norm* atau norma subyektif adalah pandangan tentang faktor-faktor sosial dan lingkungan sekitar yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk terlibat atau tidak terlibat dalam suatu perilaku (Sulistiyarini, 2008). Sedangkan *perceived behavior control* atau persepsi kontrol perilaku adalah persepsi terhadap kemampuan seseorang untuk terlibat dalam perilaku tertentu (Ajzen, 1991).

Ketiga variabel diatas saling mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Dalam teori TPB, tindakan seseorang dipengaruhi oleh tiga kepercayaan yaitu kepercayaan akan perilaku (*behavioral beliefs*), kepercayaan terkait norma (*normative beliefs*) serta kepercayaan terhadap suatu kendali atau kontrol (*control beliefs*)

Dalam penelitian ini sikap, mengacu pada untung ruginya sikap seseorang dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Norma subjektif mengacu pada faktor lingkungan sosial yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan *mobile banking* syariah sedangkan untuk persepsi kontrol perilaku mengacu pada kemampuan seseorang dalam menggunakan *mobile banking* syariah.

### **2.1.3 Mobile Banking**

*Mobile banking* adalah layanan perbankan hasil inovasi dari *sms banking* dan *internet banking* (Sofya et al., 2020). *Mobile banking* didefinisikan sebagai

fasilitas jasa keuangan yang dikembangkan oleh lembaga perbankan guna memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi melalui handphone (Mukhtisar et al., 2019). Dengan hal ini memungkinkan masyarakat terpencil tetap dapat mengakses layanan perbankan dimana saja (Wamai & Is, 2017)

*Mobile banking* dapat digunakan apabila nasabah telah menginstal aplikasi *mobile banking* tersebut didalam handphonenya. Aplikasi *mobile banking* ini dapat diunduh melalui Playstore ataupun Appstore (Marpaung et al., 2021). Dengan tersedianya layanan *mobile banking*, transaksi yang sebelumnya manual kini dapat dilakukan secara otomatis melalui ponsel, sehingga nasabah dapat menyelesaikannya secara mandiri (Lieny, 2021).

Fasilitas yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking* tidak hanya fasilitas transaksional melainkan juga terdapat fasilitas non transaksional seperti transfer, cek saldo, pembayaran, pembelian, perubahan PIN serta mengkases informasi keuangan (Septiani et al., 2020). Fasilitas ini tidak jauh berbeda dari *mobile banking* syariah hanya saja dalam *mobile banking* syariah terdapat fitur islami seperti jadwal sholat, arah kiblat, pembayaran zakat dan lainnya.

Kehadiran *mobile banking* kini telah mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang mengedepankan efisiensi waktu dan biaya (Mandatra & Sutarso, 2019). Hal ini dikarenakan dengan adanya *mobile banking* nasabah tidak perlu membutuhkan banyak waktu dan biaya untuk sampai ke kantor bank karena transaksi keuangan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja melalui handphone yang terkoneksi dengan internet (Alimuddin et al., 2019).

Pada umumnya *mobile banking* terbagi menjadi tiga golongan yaitu (Wulandari & Moeliono, 2017):

1. Bersifat informasional

Dalam hal ini layanan *mobile banking* hanya memberikan informasi terkait dengan produk serta layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Risiko dalam layanan ini dapat dikatakan rendah karena tidak ada transaksi antar nasabah dengan bank

2. Bersifat komunikatif

*Maksud dari mobile banking* bersifat komunikatif yaitu dalam layanan ini terdapat kemungkinan adanya interaksi antar nasabah dengan bank melalui jaringan atau sistem yang terhubung dengan bank. Interaksi tersebut berkaitan dengan informasi saldo, laporan transaksi, pengubahan data pribadi serta formulir-formulir keanggotaan layanan dari suatu bank.

3. Bersifat transaksional

Dalam hal ini layanan *mobile banking* memungkinkan nasabah melakukan transaksi langsung dengan bank karena sistem ini langsung terhubung dengan server utama yang berada di bank. Transaksi yang dapat dilakukan oleh nasabah yaitu terkait dengan informasi saldo, pembayaran, transfer dana, isi ulang pulsa dan lain sebagainya.

Hadirnya *mobile banking* membawa dampak yang positif bagi berbagai pihak (Fitrianisa et al., 2019). Bagi bank syariah, adanya *mobile banking* dapat meningkatkan pendapatan bank sehingga dapat menguatkan daya saing untuk memperluas pangsa pasar. Bagi nasabah, adanya *mobile banking* memberikan

kemudahan serta efisiensi waktu dan biayanya dalam mengakses layanan perbankan (LE et al., 2020).

#### **2.1.4 Generasi Z**

Generasi Z disebut juga iGeneration, generasi net atau generasi internet (Wijoyo et al., 2020). Generasi Z merupakan generasi usia produktif yang lahir pada rentang waktu 1995-2010. Generasi ini hidup di era teknologi sehingga sejak kecil mereka telah terbiasa menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya (Maharani, 2021). Pada dasarnya generasi Z tidak jauh berbeda dari generasi Y, dimana generasi Z lebih melek teknologi dan mereka mampu melakukan berbagai macam kegiatan secara bersamaan seperti browsing, mendengarkan musik dan menjelajah sosial media (Putra, 2016).

Menurut Wijoyo et al., (2020) terdapat lima karakteristik umum yang dimiliki oleh generasi Z yaitu:

1. Fasih teknologi, mereka mahir dan telah terbiasa akan teknologi informasi dan aplikasi digital lainnya.
2. Sosial, mereka senang bercengkrama dengan banyak orang melalui jejaring sosial seperti twitter, instagram, facebook dan jejaring sosial lainnya.
3. Ekspresif, mereka mempunyai jiwa toleran yang tinggi terhadap perbedaan kultur dan peduli terhadap lingkungan.
4. *Multitasking*, mereka terbiasa melakukan berbagai kegiatan dalam waktu bersamaan tanpa bertele-tele.

5. *Fast switcher*, mereka cenderung cepat berpindah dari satu pemikiran atau pekerjaan ke pemikiran atau pekerjaan lainnya. Mereka cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, tidak sabaran, cenderung egois dan individualis.

Selain itu generasi Z berisi orang-orang yang lahir pada masa transisi perkembangan teknologi, sehingga pola hidup mereka juga dipengaruhi oleh teknologi. Mereka tumbuh bersamaan dengan adanya inovasi teknologi yang beragam seperti smartphone, sosial media dan lainnya, sehingga kehidupan generasi Z sangat bergantung pada teknologi tersebut. Mereka seringkali mementingkan popularitas dari sosial media yang mereka miliki dengan melakukan berbagai hal penuh sensasi (Wijoyo et al., 2020).

Adanya kemudahan yang diberikan suatu teknologi menjadikan mereka menyukai hal-hal yang instan serta cepat (Wijoyo et al., 2020). Mereka juga merupakan generasi yang kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi dan jejaring sosial serta menyukai kemandirian dalam proses belajar dan mencari informasi (Sakitri, 2020).

Kelebihan yang dimiliki oleh generasi Z antara lain: memiliki intelektual yang baik, terbuka (*open minded*) terhadap segala sesuatu, mampu mencari dan mendapatkan banyak informasi secara global dengan mudah dan cepat, memiliki semangat dan motivasi yang tinggi terhadap hal baru, mampu melakukan berbagai kegiatan dalam satu waktu bersamaan (*multitasking*).

Disamping kelebihan yang dimiliki, generasi Z juga memiliki kekurangan diantaranya: cenderung individualis dan egois, tidak fokus karena cepat

berpindah haluan, cenderung menyukai hal-hal instan, cenderung tidak menghargai proses dan memiliki tingkat emosi yang sangat labil.

### **2.1.5 Minat**

Minat diartikan sebagai kesenangan hati terhadap sesuatu yang menarik (Mukhtisar et al., 2019). Menurut Nurdin et al (2021) minat merupakan sudut pandang yang mempengaruhi psikologis seseorang yang menimbulkan rasa ketertarikan pada suatu objek hingga menimbulkan dorongan untuk melakukan hal tersebut secara tetap. Minat seseorang akan lebih jelas apabila objek yang diminati sesuai dengan keinginannya.

Minat berkaitan erat dengan emosi yang ada pada diri seseorang. Emosi ini berfungsi memberikan dorongan yang kuat bagi seseorang untuk melakukan sesuatu dalam mencapai tujuannya (Iriani, 2018). Minat juga berhubungan dengan aspek kognitif, afektif dan motorik (Iskandar et al., 2021). Ketiga aspek ini menjadi motivasi seseorang untuk melakukan apa yang diinginkan.

Terdapat empat unsur yang terkandung dalam minat yaitu rasa tertarik, motif, perasaan senang dan perhatian (Iriani, 2018). Keempat unsur ini menjadi indikator untuk mengetahui minat seseorang terhadap suatu objek. Minat seseorang dalam menggunakan teknologi berkaitan dengan minat beli konsumen terhadap suatu produk (Alamri & Widyatama, 2019).

Minat beli adalah ketertarikan seseorang untuk menggunakan suatu produk atau jasa secara tetap dan terus menerus. Minat ini didasari oleh adanya manfaat atau keuntungan yang diperoleh individu dalam menggunakan produk tersebut.

Menurut Ferdinan (2011) terdapat empat indikator yang digunakan untuk mengidentifikasi minat beli seseorang yaitu sebagai berikut:

1. Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli suatu produk dan terus menggunakannya di masa mendatang.

2. Minat Referensial

Minat referensial merupakan kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain dan mendorong mereka agar ikut menggunakan produk tersebut.

3. Minat Preferensial

Minat preferensial dapat diartikan sebagai perilaku seseorang yang mencerminkan adanya kesesuaian produk yang mereka gunakan dengan kebutuhannya.

4. Minat Eksploratif

Minat eksploratif adalah kecenderungan seseorang untuk terus mencari informasi-informasi terkait dengan produk yang diminatinya sehingga mereka mempunyai alasan yang kuat untuk membeli atau menggunakan suatu produk.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji terkait dengan penerimaan dan penggunaan teknologi, termasuk pada *mobile banking* syariah yang didasarkan pada beberapa model penerimaan dan penggunaan suatu teknologi tertentu diantaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Wandira et al (2022) dengan judul *Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model (TAM)* dengan sampel sebanyak 166 responden, dimana hasil kuesioner dianalisis melalui *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan software AMOS mendapatkan hasil bahwa variabel TAM (persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan) berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI Mobile. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan variabel sikap, keamanan dan pengaruh manusia dimana masing masing dari variabel ini juga berdampak positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.

Soraya & Hasyim (2021) mengkaji terkait Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Oleh Masyarakat Selama Masa Pandemi Covid-19 menyatakan bahwa data yang diperoleh dari 87 responden yang kemudian diolah dan dianalisis menggunakan SPSS 21 menunjukkan hasil variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking* dimasa pandemi covid-19.

Menurut Rampen & Sihotang (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM dengan sampel sebanyak 104 responden, dimana data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dianalisis menggunakan model SEM dengan bantuan software AMOS menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan. Sedangkan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh tidak signifikan terhadap persepsi kegunaan dan sikap. Persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap sikap, niat dan perilaku menggunakan. Variabel sikap tidak berpengaruh terhadap niat menggunakan dan hasil terakhir menyatakan bahwa variabel niat tidak berpengaruh terhadap perilaku.

Riza & Hafizi (2019) mengkaji terkait dengan *Customers Attitude Toward Islamic Mobile Banking in Indonesia: Implementation of TAM* dengan sampel sebanyak 179 responden pengguna aplikasi *mobile banking* bank syariah di Jawa Tengah dan Yogyakarta dimana data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan SEM dan software AMOS mendapatkan hasil bahwa variabel persepsi kegunaan dan variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif pada sikap nasabah dalam menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Penelitian terkait Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN) yang dilakukan oleh Kusumaningtyas & Wardani (2019) menjelaskan bahwa data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 160 responden yang kemudian data tersebut dianalisis melalui metode regresi berganda dengan bantuan SPSS 21 menunjukkan hasil bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* nasabah bank BUMN sedangkan untuk variabel kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan *mobile banking* nasabah bank BUMN.

Menurut Senalasari & Rafdinal (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Peran Kesiapan Teknologi dalam Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Seluler di Masa Pandemi Covid-19, hasil penelitian dari 200 responden dengan menggunakan teknik analisis SEM-PLS menyatakan bahwa ketiga variabel TPB (*Theory of Planned Behavior*) yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran seluler sedangkan variabel TRI (*Technology Readiness Index*) tidak berpengaruh secara langsung terhadap minat penggunaan aplikasi pembayaran seluler.

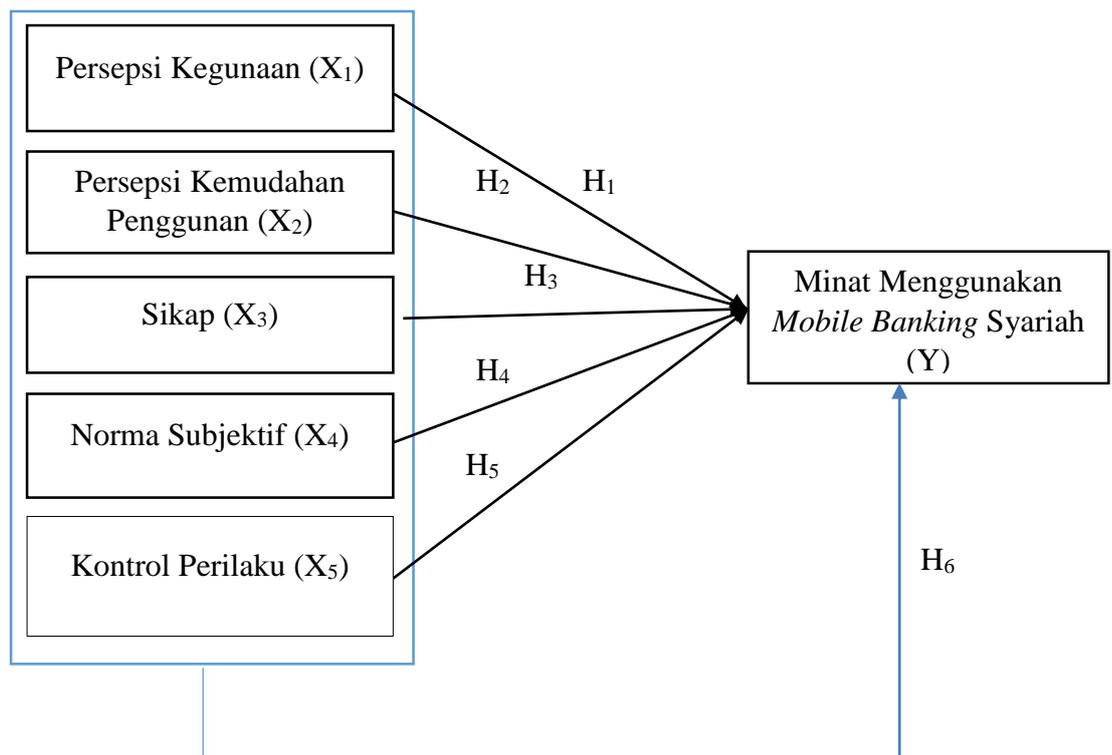
Penelitian yang dilakukan oleh Wamai & Is (2017) dengan judul *Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi Country in Kenya* dengan sampel sebanyak 210 responden. Dalam mengolah dan menganalisis data, peneliti mengadopsi model deskriptif dan korelasional. Dari hasil pengolahan dan analisis data ditemukan bahwa variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan untuk adopsi *mobile banking* dengan nilai 48.6% dan 35.2% untuk persepsi kemudahan penggunaan. Sedangkan variabel persepsi biaya dan persepsi risiko berpengaruh negatif dalam mengadopsi *mobile banking*.

Menurut Solarz & Adamek (2021) dalam penelitiannya yang berjudul *Factors Affecting Mobile Banking Adoption in Poland: An Empirical Study* yang menggunakan sampel representatif sebanyak 1.030 warga Polandia, dimana data yang diperoleh dengan memperluas model TAM dan survei diagnostik melalui metode CAWI (*Computer-Assisted Web Interview*) mendapatkan hasil bahwa variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap adopsi *mobile banking* oleh warga Polandia sedangkan variabel risiko tidak berpengaruh terhadap adopsi *mobile banking* oleh warga Polandia.

Penelitian yang dilakukan oleh Kaukab & Setiyanti (2022) dengan judul *Pendekatan Theory of Planned Behavior Pada Minat Penggunaan M-Banking Di Masa Pandemi Covid-19* menjelaskan bahwa data yang diperoleh dari 130 responden yang dianalisis secara regresi linear berganda menggunakan alat

bantu SPSS menyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat penggunaan m-banking dimasa pandemi covid-19.

### 2.3 Kerangka Berpikir



Keterangan:

- : Garis regresi sederhana
- : Garis regresi berganda

Dari kerangka berfikir diatas diketahui bahwa variabel X merupakan variabel independen (faktor persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku) dan variabel Y merupakan variabel dependen (minat menggunakan *mobile banking syariah*)

melalui variabel independen yang berpengaruh langsung terhadap variabel dependen.

#### 2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang kebenarannya masih harus dibuktikan dengan pengujian lebih lanjut dan mendalam (Priyono, 2008). Jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang ada dan bukan pada fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan dan pengujian data, sehingga hipotesis hanya bersifat sementara.

Berdasarkan latar belakang, batasan masalah, penelitian terdahulu serta kerangka berpikir yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam penelitian ini dapat diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Inayah et al (2018) mengenai The Role Spirituality in The Behavior of Sharia Bank Mobile Banking: Evidence From Indonesia menyatakan bahwa dengan nilai koefisien 0,25 dan nilai P 0,04, variabel manfaat yang dirasakan berpengaruh positif terhadap minat perilaku menggunakan mobile banking.

Pendapat ini sejalan dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan et al., (2013) dalam penelitiannya mengenai Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan *Mobile Banking* Dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* dan *Theory Of Reasoned Action*

menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh variabel persepsi manfaat, dengan koefisien regresi 0,247 dan tingkat signifikansi  $0,007 < 5\%$ .

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah***

2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa

FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

Menurut Ismail & Purwani (2021) dalam penelitiannya terkait Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking menyatakan bahwa minat menggunakan *mobile banking* pada smartphone dipengaruhi oleh variabel kemudahan penggunaan, dengan tingkat signifikansi 0,05.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaningtyas & Wardani (2019) mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Penelitian Pada Nasabah Bank BUMN) yang menyatakan bahwa dengan tingkat signifikansi 0,000 variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat.

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah***

3. Pengaruh sikap terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Sukmawati et al., (2022) dengan judul Penerimaan dan Penggunaan Layanan *Mobile Banking* Perbankan Syariah: Ekstensi *Technology Acceptance Model* menyatakan bahwa minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel sikap dengan nilai t statistik sebesar 4.371 dengan P values < 0.05.

Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Walean & Talumantak (2021) dalam penelitiannya mengenai Pemodelan Persamaan Struktural Pada Adopsi *Mobile Banking* Studi Kasus: Bsgtouch Bank Sulutgo, yang menemukan hasil bahwa variabel sikap mempengaruhi minat *mobile banking* dengan nilai T sebesar 4,506 > 1,96 dan nilai p sebesar 0,000 < 0,05

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>3</sub>: Sikap berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah***

4. Pengaruh norma subjektif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta penggunaan *mobile banking syariah*

Penelitian Arthana R. dan Rukhviyanti (2015) tentang Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking (M-Banking)*: Model Kombinasi *Technology Acceptance Model (TAM)* dan *Theory of Planned Behavior (TPB)*, menyatakan bahwa dengan nilai t statistik sebesar 2.183,

norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.

Menurut penelitian Caroline & Hastuti (2021), terkait Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM" menyatakan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, dengan nilai CR sebesar 2,218 dan nilai P 0,023.

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H4: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah**

5. Pengaruh kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta penggunaan *mobile banking* syariah

Baharuddin (2021) menemukan bahwa variabel persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan cashless dengan nilai koefisien 0,507 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dalam penelitiannya tentang Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jaya Pura Dimasa Covid-19.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Rubiyanti (2019) terkait dengan Analisis Minat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Digital Perbankan Dengan Pendekatan Theory of Planned of Behavior (Studi Pada Kota Bandung dan Jakarta) yang menyatakan bahwa

persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan digital perbankan.

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>5</sub>: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah**

6. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap dan norma subjektif secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

Penelitian yang dilakukan oleh Laksana et al (2015) terkait dengan Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah) dengan sampel sebanyak 100 responden menunjukkan bahwa secara simultan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $35.163 > 2.442$ .

Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Rubiyanti (2019) terkait dengan Analisis Minat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Digital Perbankan Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Of Behavior* (Studi Pada Kota Bandung dan Jakarta) menyatakan bahwa variabel sikap, norma subjektif

dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan digital perbankan pada masyarakat Jakarta dan Bandung.

Dengan demikian teori diatas mendasari diturunkannya hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>6</sub>: Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap dan norma subjektif secara simultan berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sejak bulan Juni sampai bulan Oktober tahun 2022. Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

#### **3.2 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono (2013) mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang berfokus pada penelitian populasi atau sampel tertentu melalui analisis data kuantitatif atau statistik dan penggunaan instrumen penelitian untuk pengumpulan data.

Dalam penelitian ini metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan serta *Theory of Planner Behavior* (TPB) dengan variabel sikap, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku terhadap penggunaan *mobile banking* syariah. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Metode ini bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti.

### 3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi di mana peneliti memilih subjek atau objek dengan karakteristik tertentu untuk diamati, dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Mas Said Surakarta

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013), sampel adalah bagian dari seluruh populasi yang memiliki seperangkat karakteristik dan mewakili seluruh populasi. Kemungkinan kesalahan generalisasi menurun seiring dengan jumlah sampel yang representatif.

Sampel pada penelitian ini belum diketahui pasti seberapa banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang menjadi nasabah bank syariah dan menggunakan layanan *mobile banking* bank tersebut oleh karena itu penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Cochran (Sugiyono 2017) yaitu:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

z = Tingkat kepercayaan, 96%

p = Peluang benar 50%

q = Peluang salah 50%

e = Standar error 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

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

= 96,4 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik non-probability sampling digunakan sebagai metode pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas, seperti yang didefinisikan oleh Sugiyono (2013), adalah teknik di mana anggota populasi tidak diberi kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Purposive sampling digunakan sebagai metode non-probability sampling dalam penelitian ini. Dalam penentuan ini, peneliti telah menetapkan kriteria tertentu dan bersifat khusus. Adapun kriteria khusus yang diambil sebagai sampel adalah:

1. Responden adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta
2. Responden adalah pengguna *mobile banking* syariah dan pernah bertransaksi minimal satu kali

### **3.4 Data dan Sumber Data**

Data adalah salah satu hal penting dalam sebuah penelitian karena tanpa adanya data peneliti tidak dapat melakukan penelitiannya. Data dapat berupa suatu fenomena atau gejala, angka, gambar, simbol, huruf maupun suara. Selain itu data juga merupakan sebuah fakta yang dapat digunakan untuk menyusun suatu informasi.

#### **3.4.1 Data Primer**

Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung melalui pengamatan, wawancara mendalam dengan informan, observasi dan penyebaran kuesioner atau angket (Bambang, 2008). Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui pengisian kuesioner yang telah disebarakan secara online melalui *google form* kepada responden yang sesuai dengan kriteria.

#### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui perantara yang meliputi informasi pendukung (Indriantoro & Supomo, 2016). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel, skripsi ataupun literatur lainnya yang diperoleh melalui website yang datanya dapat dipercaya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2013), teknik pengumpulan data adalah upaya mengumpulkan data dan informasi untuk suatu penelitian. Dalam penelitian ini digunakan metode kuesioner.

#### **3.5.1 Metode Kuesioner**

Menurut Sugiyono (2013), kuesioner adalah daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Agar tanggapan responden menentukan kualitas hasil penelitian, maka pertanyaan-pertanyaan tersebut berkaitan langsung dengan pokok bahasan yang dibahas.

Didalam kuesioner yang disebarkan kepada responden memuat petunjuk pengisian agar memudahkan responden dalam memberikan jawabannya. Selain itu kuesioner sendiri terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama berisikan pernyataan data diri responden dan bagian kedua berisikan daftar pertanyaan terkait indikator yang diteliti menggunakan skala likert sebagai alat ukurnya (Suryani & Hendriyadi, 2016)

Kuesioner dengan skala likert adalah daftar pertanyaan dimana setiap jawaban diberikan bobot nilai. Pendapat, persepsi, atau sikap seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial tertentu dapat diukur dengan menggunakan skala Likert (Sugiyono, 2013). Setiap pertanyaan disertakan lima alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden sesuai dengan kenyataan yang ada (Sugiyono, 2016).

**Tabel 3.1**  
**Skala Likert**

<b>Jawaban</b>	<b>Simbol</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

### **3.6 Variabel Penelitian**

Variabel adalah segala sesuatu yang mempunyai nilai variasi. Sugiyono (2013) mendefinisikan variabel sebagai suatu atribut, nilai, atau sifat seseorang atau objek yang memiliki variasi tertentu yang telah ditentukan untuk dipelajari, dipelajari, dan pada akhirnya akan ditarik kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel independen dan variabel dependen.

#### **3.6.1 Variabel Independen (X)**

Variabel independen disebut juga sebagai variabel prediktor atau variabel bebas. Variabel bebas, sebagaimana didefinisikan oleh Priyono (2008), merupakan variabel yang menyebabkan munculnya variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ), persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), norma subjektif ( $X_4$ ) dan kontrol perilaku ( $X_5$ ).

### 3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen disebut juga sebagai variabel konsekuen atau variabel terikat. Menurut Priyono (2008), variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau dihasilkan dari adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3.2

Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Definisi	Indikator
<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Persepsi Kegunaan	Persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu teknologi akan memberinya manfaat (Lieny, 2021)	1. Meningkatkan produktivitas 2. Meningkatkan efektivitas 3. Meningkatkan kinerja
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tolak ukur bahwa dalam menggunakan	1. Fleksibel 2. Memiliki sistem dan fitur yang jelas

		teknologi tidak membutuhkan usaha yang berlebih (Ariestova Kurniawan, 2019)	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mudah dipelajari</li> <li>4. Mudah digunakan</li> <li>5. Menghemat waktu dan biaya</li> </ol>
<i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	Sikap	Sikap merupakan kecenderungan seseorang dalam merespon suatu hal (Seni & Ratnadi, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa aman dan nyaman</li> <li>2. Rasa percaya</li> <li>3. Rasa puas</li> <li>4. Kesesuaian dengan kebutuhan</li> </ol>
	Norma Subjektif	Norma subjektif merupakan suatu pandangan terhadap faktor lingkungan sosial yang mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan atau tidak melakukan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya trend baru</li> <li>2. Rekomendasi dan dorongan dari pihak lain</li> <li>3. Adanya promosi</li> </ol>

		sesuatu (Sulistiyarini, 2008)	
	Kontrol Perilaku	Kontrol perilaku merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu (Ajzen, 1991)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mampu mengoperasikan</li> <li>2. Pengalaman Masa Lalu</li> <li>3. Mampu mengendalikan</li> <li>4. Memiliki fasilitas pendukung</li> </ol>
Minat		Minat adalah satu sudut pandang yang mempengaruhi psikologis seseorang yang menimbulkan rasa ketertarikan pada suatu objek yang kemudian menimbulkan kecenderungan untuk melakukan hal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Rasa tertarik</li> <li>2. Motif</li> <li>3. Perasaan senang</li> <li>4. Perhatian</li> </ol>

		tersebut secara tetap (Nurdin et al., 2021)	
--	--	--	--

### 3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah langkah yang dilakukan oleh peneliti setelah memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan. Sugiyono (2013) mengatakan bahwa ada beberapa langkah untuk menganalisis data, seperti mengumpulkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data, penyajian data, dan melakukan perhitungan pada data untuk menjawab pertanyaan yang diajukan.

Analisis data menjadi hal yang sangat penting sehingga tidak dapat diabaikan begitu saja. Ketepatan dan keakuratan dalam perhitungan dan analisis akan berpengaruh terhadap kesimpulan yang akan dihasilkan (Sugiyono, 2017). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda dengan menggunakan alat bantu program IBM SPSS Statistic 23.

#### 3.8.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang bertujuan untuk menafsirkan seluruh data yang diperoleh dari responden dengan cara mengumpulkan, menyusun dan mengklasifikasikan data tersebut (Wulandari & Moeliono, 2017). Metode ini berfokus pada masalah yang ada saat penelitian dan bersifat aktual. Selain itu metode ini menjelaskan fakta yang ditemukan dengan interpretasi yang logis dan rasional serta menjelaskan hubungan antar

fenomena, melakukan uji hipotesis, membuat prediksi dan menyimpulkan makna dan implikasi suatu masalah (Lieny, 2021).

### 3.8.2 Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugyono (2013), instrumen penelitian adalah alat untuk mengukur fenomena yang akan diamati dan dipelajari. Uji instrumen dilakukan untuk memastikan benar tidaknya instrumen atau kuesioner yang digunakan. Data yang dihasilkan akan dipengaruhi oleh kualitas instrumen. Instrumen yang baik adalah instrumen yang valid dan reliabel atau dapat diandalkan. Uji instrumen penelitian dilakukann melalui dua tahap sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Menurut Abdullah (2015), validitas adalah tolak ukur sejauh mana kemampuan instrumen penelitian dapat mengukur hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, uji validitas menentukan apakah suatu kuesioner secara akurat mencerminkan tujuan penelitian yang diinginkan.

Dalam penelitian ini uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan setiap variabel dalam konstruk *technology acceptance model* (TAM) dan konstruk *theory of planned behavior* (TPB). Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan skor setiap item pertanyaan dengan skor total kuesioner dengan taraf signifikansi sebesar 5% (Safii, 2019). Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau  $P\text{-value} < \alpha$  maka pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner dikatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menggambarkan sejauh mana tingkat keandalan instrumen untuk digunakan berulang-ulang (Abdullah, 2015). Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa baik instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten atau reliabel. Keandalan suatu instrumen penelitian dapat dilihat melalui nilai *Cronbach Alpha*. Apabila nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,7$  maka instrumen yang digunakan reliabel.

### 3.8.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui layak tidaknya persamaan regresi yang digunakan. Terdapat tiga rangkaian uji asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Dalam model regresi, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan melalui uji *Kolmogorov-Smirnov*. Dalam uji ini menggunakan fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal apabila nilai  $\text{sig} > \alpha$  atau  $\text{sig} > 0.05$

#### 2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk memastikan apakah variabel independen dalam model regresi saling berkorelasi. Tidak adanya korelasi antara variabel independen merupakan tanda model regresi yang baik. Nilai tolerance dan variance inflation factor (VIP) dapat digunakan untuk menentukan apakah model regresi memiliki multikolinearitas atau

tidak. Tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen jika nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIP  $< 10$ , sedangkan gejala multikolinearitas terjadi antar variabel independen jika nilai tolerance  $< 0,10$  dan nilai VIP  $> 10$ .

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan residual dan varians antar pengamatan. Homoskedastisitas adalah ketika varians dan residualnya konstan, sedangkan heteroskedastisitas adalah ketika mereka berubah. Model regresi yang baik apabila tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Hal ini dapat diketahui dari nilai  $\text{sig} > \alpha$ .

#### 3.8.4 Uji Ketepatan Model

Uji ketepatan model bertujuan untuk memastikan sejauh mana keakuratan variabel  $X_1$  sampai  $X_n$  menjelaskan atau menggambarkan variasi variabel  $Y$ . Uji ketepatan model dapat dilakukan melalui tahapan sebagai berikut:

##### 1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas secara simultan (bersamaan) terhadap variabel terikat (Siregar, 2013). Jika nilai  $f_{\text{hitung}} < f_{\text{tabel}}$  maka secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Namun variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara simultan jika nilai  $f_{\text{hitung}} > f_{\text{tabel}}$ . Uji F memiliki taraf signifikansi 0,05.

## 2. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan yang ada antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0-1. Menurut Sugiyono (2013), variabel bebas dapat menjelaskan variasi variabel terikat jika nilai  $R^2$  mendekati 1.

### 3.8.5 Analisis Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2013), analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen diturunkan atau dinaikkan nilainya. Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan satu persamaan. Secara sistematis persamaan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = minat penggunaan mobile banking syariah

$\alpha$  = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5$  = koefisien regresi

$X_1$  = persepsi kegunaan

$X_2$  = persepsi kemudahan penggunaan

$X_3$  = sikap

$X_4$  = norma subjektif

$\varepsilon$  = standar eror

### 3.8.6 Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Siregar (2013), pengujian hipotesis adalah suatu metode untuk menentukan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi 5% menjadi pertimbangan dalam melakukan pengujian ini.  $H_0$  ditolak jika nilai signifikansi dalam kolom koefisien regresi  $< 0,05$ , yang artinya bahwa terdapat pengaruh antar variabel dependen dan independen. Namun, jika nilai signifikansi pada kolom koefisien regresi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antar variabel dependen dan independen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Responden**

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat generasi Z dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Dalam penelitian ini populasi yang dituju adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Mas Said Surakarta pengguna *mobile banking* syariah, sedangkan untuk sampel yang digunakan sejumlah 100 responden yang diambil dari jumlah populasi.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara online melalui link *google form* yang disebar melalui whatsapp. Dalam proses pengumpulan data, peneliti memerlukan waktu yang cukup lama. Hal ini dikarenakan tidak semua mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan pengguna *mobile banking* syariah serta tidak semua responden bersedia mengisi kuesioner yang telah diberikan.

#### **4.2 Penyajian dan Hasil Analisis Data**

##### **4.2.1 Karakteristik Responden**

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 100 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang menggunakan *mobile banking* syariah. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online melalui link *google form* yang disebar

melalui *whatsApp*. Perolehan kuesioner yang telah diisi oleh responden sebanyak 102 jawaban, yang kemudian diambil sejumlah 100 jawaban responden yang memenuhi kriteria.

Sesuai dengan hasil penyebaran kuesioner, diperoleh deskripsi responden berdasarkan . Karakteristik responden dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1  
Karakteristik Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	72	72,0	72,0
	Laki-Laki	28	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden pengguna *mobile banking* syariah berjenis kelamin perempuan cenderung lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan responden perempuan berjumlah 72 dengan presentase 72% dan responden laki-laki berjumlah 28 dengan presentase 28%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* syariah sebagian besar ialah mahasiswa perempuan.

## 2. Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tabel 4.2  
Karakteristik Tahun Angkatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2017	6	6,0	6,0	6,0
2018	42	42,0	42,0	48,0
2019	27	27,0	27,0	75,0
2020	18	18,0	18,0	93,0
2021	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden pengguna *mobile banking* syariah dengan angkatan kuliah tahun 2018 cenderung lebih banyak dibandingkan responden angkatan kuliah tahun 2017. Dengan perbandingan responden angkatan kuliah tahun 2018 berjumlah 42 dengan presentase 42% dan responden angkatan kuliah tahun 2017 berjumlah 6 dengan presentase 6%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna *mobile banking* syariah mayoritas adalah mahasiswa angkatan kuliah tahun 2018.

## 3. Responden Berdasarkan Jenis Prodi

Tabel 4.3  
Karakteristik Jenis Prodi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid MBS	28	28,0	28,0	28,0
AKS	24	24,0	24,0	52,0
PBS	48	48,0	48,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden pengguna *mobile banking* syariah dengan prodi PBS (Perbankan Syariah) cenderung lebih banyak dibandingkan responden prodi AKS (Akuntansi Syariah). Dengan perbandingan responden prodi PBS berjumlah 48 dengan presentase 48% dan responden prodi AKS berjumlah 24 dengan presentase 24%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna *mobile banking* syariah adalah mahasiswa prodi PBS.

#### 4. Responden Berdasarkan M-Banking Syariah Yang Digunakan

Tabel 4.4

##### Karakteristik M-Banking Syariah Yang Digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BSI Mobile	76	76,0	76,0	76,0
	OCTO Mobile	3	3,0	3,0	77,0
	BCA Syariah	8	8,0	8,0	87,0
	Jateng Syariah	6	6,0	6,0	93,0
	Din Muamalat	2	2,0	2,0	95,0
	Mandiri Syariah	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan BSI mobile cenderung lebih banyak dibandingkan responden yang menggunakan Din Muamalat. Pengguna BSI mobile berjumlah 76 dengan presentase 76% dan pengguna Din Muamalat berjumlah 2 dengan presentase 2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menggunakan BSI mobile untuk bertransaksi.

## 5. Responden Berdasarkan Lama Penggunaan M-Banking

Tabel 4.5  
Karakteristik Lama Penggunaan M-Banking Syariah

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 1 tahun	48	48,0	48,0	48,0
Valid 1-2 tahun	39	39,0	39,0	87,0
Valid 2-3 tahun	13	13,0	13,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data primer diolah (2022)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa lama waktu responden menggunakan *mobile banking* syariah paling rendah pada rentang waktu 2-3 tahun dan paling tinggi pada rentang waktu < 1 tahun. Dengan perbandingan lama responden menggunakan *mobile banking* syariah pada rentang waktu 2-3 tahun berjumlah 13 dengan presentase 13% dan lama responden menggunakan *mobile banking* syariah pada rentang waktu < 1 tahun berjumlah 48 dengan presentase 48%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas lama waktu responden menggunakan *mobile banking* syariah berkisar < 1 tahun.

### 4.2.2 Hasil Uji Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas menjadi tolak ukur sejauh mana pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur apa yang akan diukur. Menentukan valid tidaknya suatu kuesioner adalah dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ .

Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat dari hasil output SPSS pada kolom total *pearson corelation*. Nilai pada kolom tersebut dibandingkan dengan nilai dengan  $r_{tabel}$  dengan signifikansi 5% atau 0,05. Nilai  $r_{tabel}$  dapat diperoleh dari rumus  $df = n-2$ . Pada penelitian ini terdapat 100 responden sehingga  $df$  yang dicari adalah 98 yaitu sebesar 0,1966.

Tabel 4.6

## Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Persepsi Kegunaan	PK1	0,708	0,1966	Valid
	PK2	0,778	0,1966	Valid
	PK3	0,818	0,1966	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	PKP1	0,797	0,1966	Valid
	PKP2	0,799	0,1966	Valid
	PKP3	0,812	0,1966	Valid
	PKP4	0,858	0,1966	Valid
	PKP5	0,741	0,1966	Valid
Sikap	S1	0,787	0,1966	Valid
	S2	0,796	0,1966	Valid
	S3	0,834	0,1966	Valid
	S4	0,818	0,1966	Valid
	S5	0,770	0,1966	Valid
Norma Subjektif	NS1	0,913	0,1966	Valid
	NS2	0,913	0,1966	Valid

	NS3	0,775	0,1966	Valid
	NS4	0,454	0,1966	Valid
Kontrol Perilaku	KP1	0,806	0,1966	Valid
	KP2	0,727	0,1966	Valid
	KP3	0,787	0,1966	Valid
	KP4	0,771	0,1966	Valid
Minat	Y1	0,771	0,1966	Valid
	Y2	0,894	0,1966	Valid
	Y3	0,767	0,1966	Valid
	Y4	0,747	0,1966	Valid
	Y5	0,894	0,1966	Valid

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa hasil dari pengolahan data menggunakan SPSS 23 menunjukkan nilai  $r_{hitung}$  dari seluruh item pernyataan indikator nilainya lebih besar dari  $r_{tabel}$  atau  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sehingga setiap pernyataan dari seluruh indikator tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai cronchbach alpha  $> 0,70$ . Berikut disajikan hasil uji reliabilitas dari variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien Realibilitas	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0,808	0,70	Reliabel
Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,859	0,70	Reliabel
Sikap	0,856	0,70	Reliabel
Norma Subjektif	0,776	0,70	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,795	0,70	Reliabel
Minat	0,869	0,70	Reliabel

Sumber: Data pengolahan SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa hasil pengolahan data menggunakan SPSS 23 diperoleh nilai *cronbach alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,70 sehingga seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

#### 4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan melalui uji statistik *Kolmogrov - Smirnov*. Apabila nilai  $\text{sig} > \alpha$  atau nilai  $\text{sig} > 0,05$ , maka nilai

residual dapat dikatakan berdistribusi normal begitu juga sebaliknya apabila nilai  $\text{sig} < \alpha$  atau  $\text{sig} < 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.8  
Hasil Uji Statistik *Kolmogrov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,10554465
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,054
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa hasil uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov* diperoleh nilai signifikansi 0,080 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik yaitu tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Pada penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya multikolinearitas berdasarkan nilai VIF atau *tolerance*. Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.9  
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000		
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000	,246	4,061
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013	,986	1,014
Sikap	,016	,006	,140	2,458	,016	,280	3,566
Norma Subjektif	,023	,009	,163	2,481	,015	,213	4,696
Kontrol Perilaku	,070	,010	,479	6,799	,000	,185	5,412

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai lebih kecil dari 10 yaitu variabel persepsi kegunaan sebesar  $4,061 < 10$ , variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar  $1,014 < 10$ , variabel sikap sebesar  $3,566 < 10$ , variabel norma subjektif sebesar  $4,696 < 10$  dan variabel kontrol perilaku sebesar  $5,412 < 10$ . Sedangkan untuk nilai tolerance dari semua variabel bebas memiliki nilai lebih besar dari 0,10 yaitu variabel persepsi kegunaan sebesar  $0,246 > 0,10$ , variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar  $0,986 > 0,10$ , variabel sikap sebesar  $0,280 > 0,10$ , variabel norma subjektif sebesar  $0,213 > 0,10$  dan variabel kontrol perilaku sebesar  $0,185 > 0,10$ . Artinya model regresi pada penelitian ini tidak terjadi korelasi diantara variabel independen atau dapat dikatakan bahwa model regresi bebas dari korelasi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode uji glejser. Apabila nilai sig antar variabel independen  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.10

Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,271	,057		4,772	,000		
Persepsi Kegunaan	-,005	,007	-,143	-,734	,465	,246	4,061
Persepsi Kemudahan Penggunaan	-,002	,002	-,130	-1,331	,186	,986	1,014
Sikap	-,002	,004	-,102	-,560	,577	,280	3,566
Norma Subjektif	-,005	,006	-,164	-,782	,436	,213	4,696
Kontrol Perilaku	,002	,006	,081	,360	,720	,185	5,412

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku memiliki nilai signifikansi diatas 0.05, hal ini berarti menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas diantara variabel bebas dalam penelitian ini.

#### 4.2.4 Hasil Uji Ketetapan Model

##### 1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan (simultan). Dalam menentukan  $F_{tabel}$  ada tingkat signifikansi yang digunakan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (degree of freedom)  $df = (n - k)$ ,  $n$  adalah simbol dari jumlah sampel sedangkan  $k$  adalah jumlah variabel independen. Apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak.

Tabel 4.11  
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11,699	5	2,340	199,437	.000 <sup>b</sup>
Residual	1,103	94	,012		
Total	12,802	99			

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.11 diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi yang telah dibuat digunakan untuk mengetahui daerah penolakan hipotesis ( $H_0$ ). Daerah penolakan adalah  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $199,437 > 2,31$ . Nilai  $F_{tabel}$  diperoleh dari  $df_1 = k-1$  dan  $df_2 = n-k$  ( $df_1 = 5-1 = 4$  dan  $df_2 = 100-5 = 95$ ) kemudian dilihat pada tabel F sehingga mendapatkan hasil  $F_{tabel}$  sebesar 2,31. Untuk mengetahui hasil uji F, dapat juga dilihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Artinya  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , sehingga secara bersama-sama variabel independen yang

terdiri atas persepsi kegunaan ( $X_1$ ), persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), norma subjektif ( $X_4$ ) dan kontrol perilaku ( $X_5$ ) berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

## 2. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) mencerminkan kemampuan variabel independen dalam menggambarkan variabel dependen. Tujuan dari uji  $R^2$  adalah untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0-1. Apabila nilai  $R^2$  mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen dengan baik.

Tabel 4.12  
Hasil Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 <sup>a</sup>	.914	.909	.10832

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinan sebesar 0,909 yang artinya minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kegunaan ( $X_1$ ), persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ), sikap ( $X_3$ ), norma subjektif ( $X_4$ ) dan kontrol perilaku ( $X_5$ ) sebesar 90,9% sedangkan sisanya sebesar 9,1%

dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini atau sebab-sebab lain diluar model.

#### 4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda pada penelitian dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel independen (bebas) terhadap satu variabel dependen (terikat). Model ini mengasumsikan adanya hubungan satu garis lurus atau linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya.

Tabel 4.13  
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013
Sikap Norma Subjektif	,016	,006	,140	2,458	,016
Kontrol Perilaku	,023	,009	,163	2,481	,015
	,070	,010	,479	6,799	,000

Sumber: Data Pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dituliskan model persamaan regresi dalam bentuk persamaan regresi standardized sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \varepsilon$$

$$Y = 1,974 + 0,044X_1 + 0,007X_2 + 0,016X_3 + 0,023X_4 + 0,070X_5 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat dianalisis sebagai berikut:

1. Konstanta  $\alpha$  sebesar 1,974 artinya jika variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku dianggap konstan maka skor variabel minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah nilainya sebesar 1,974 yang berarti bahwa dengan adanya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku maka minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah akan mengalami peningkatan.
2. Koefisien regresi persepsi kegunaan ( $X_1$ ) bernilai positif sebesar 0,044 yang artinya setiap kenaikan variabel persepsi kegunaan sebesar satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan, maka akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah sebesar 0,044.
3. Koefisien regresi persepsi kemudahan penggunaan ( $X_2$ ) bernilai positif sebesar 0,007 yang artinya setiap kenaikan variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan, maka akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah sebesar 0,007.
4. Koefisien regresi sikap ( $X_3$ ) bernilai positif sebesar 0,016 yang artinya setiap kenaikan variabel sikap sebesar satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan, maka akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI

UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah sebesar 0,016.

5. Koefisien regresi norma subjektif ( $X_4$ ) bernilai positif sebesar 0,023 yang artinya setiap kenaikan variabel norma subjektif sebesar satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan, maka akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah sebesar 0,023.
6. Koefisien regresi kontrol perilaku ( $X_5$ ) bernilai positif sebesar 0,070 yang artinya setiap kenaikan variabel kontrol perilaku sebesar satu satuan dengan catatan variabel lain dianggap konstan, maka akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah sebesar 0,070.

#### 4.2.6 Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Uji parsial atau uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen atau penjelas secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Syarat dari uji ini dapat dilihat dari signifikansi pada hasil olah data regresi. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dari nilai  $t_{hitung}$  masing-masing koefisien regresi dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% adalah  $t(\alpha/2 : n-k-1)$  jadi  $t = (0,025 : 96)$  sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Apabila nilai  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan apabila nilai  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.14  
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013
Sikap	,016	,006	,140	2,458	,016
Norma Subjektif	,023	,009	,163	2,481	,015
Kontrol Perilaku	,070	,010	,479	6,799	,000

Sumber: Data pengolahan SPSS 23 (2022)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil uji hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa:

1. Variabel Persepsi Kegunaan

H<sub>1</sub>: Persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel uji t untuk variabel persepsi kegunaan diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,876 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa

FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

## 2. Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

H<sub>2</sub>: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel t untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,540 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,013 < 0,05$  artinya H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

## 3. Variabel Sikap

H<sub>3</sub>: Sikap berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel t untuk variabel sikap, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,458 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,016 < 0,05$  artinya H<sub>3</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sikap terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*

#### 4. Variabel Norma Subjektif

H<sub>4</sub>: Norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel t untuk variabel norma subjektif, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,481 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,015 < 0,05$  artinya H<sub>4</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh norma subjektif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

#### 5. Variabel Kontrol Perilaku

H<sub>5</sub>: Kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

Hasil analisis yang ditunjukkan pada tabel t untuk variabel kontrol perilaku, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,799 dan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,986 sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sedangkan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  artinya H<sub>5</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

### 4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)

Berdasarkan hasil pengujian penelitian yang telah diuraikan diatas maka secara keseluruhan pembahasan penelitian adalah sebagai berikut:

### 4.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN

#### Raden Mas Said Menggunakan *Mobile Banking Syariah*

Davis (1985) menyatakan bahwa persepsi kegunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi seperti halnya *mobile banking syariah* akan memberikannya manfaat serta meingkatkan kinerjanya dalam bekerja. Semakin banyak manfaat yang diperoleh nasabah, maka semakin tinggi juga minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking syariah*. Namun apabila *mobile banking syariah* tidak memberikan manfaat maka seseorang tidak akan menggunakan teknologi tersebut.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,876 dan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% adalah  $t(\alpha/2 : n-k-1)$  jadi  $t = (0,025 : 96)$  sehingga diperoleh  $t_{tabel}$  1,986. Hasil pengujian pada penelitian ini adalah  $3,876 > 1,986$  atau  $sig\ 0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga pada penelitian ini membuktikan terdapat pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Wandira et al., (2022) dalam penelitiannya mengenai analisis penerimaan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap BSI mobile melalui pendekatan TAM yang menyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh terhadap keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan BSI mobile.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Soraya & Hasyim, 2021) terkait penelitiannya yang berjudul pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan mobile banking oleh masyarakat selama pandemi covid-19. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking* dimasa pandemi covid-19.

Meskipun *mobile banking* syariah memberikan banyak manfaat positif bagi nasabahnya, namun pada kenyataannya *mobile banking* syariah tidak terlalu penting bagi mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta. Hal ini karena mahasiswa hanya menggunakan layanan *mobile banking* syariah untuk transaksi tertentu seperti pembayaran UKT.

#### **4.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan *Mobile Banking* Syariah**

Ariestova Kurniawan (2019) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu teknologi seperti halnya *mobile banking* syariah tidak membutuhkan banyak usaha dan mudah diaplikasikan. Semakin tinggi tingkat kemudahan yang ditawarkan maka minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah semakin meningkat.

Adanya kemudahan penggunaan pada saat menggunakan *mobile banking* syariah dapat mendukung penggunaanya untuk melakukan transaksi dengan

mudah. Ketika para penggunanya merasa terbantu akan kemudahan yang dirasakan pada saat menggunakan *mobile banking* syariah maka dapat menarik minat dari pengguna untuk menggunakannya secara terus menerus.

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,540 dan nilai  $t_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% sebesar 1,986, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,540 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,013 < 0,05$  yang berarti  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Sehingga hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

Sesuai dengan data yang ada, kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* syariah menjadi salah satu faktor yang mendorong minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan *mobile banking*, hal ini karena dengan menggunakan *mobile banking* mahasiswa dapat dengan mudah dan praktis melakukan transaksi perbankan tanpa harus mengantri di bank sehingga dapat menghemat waktu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Ismail & Purwani (2021) dalam penelitiannya terkait faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa minat penggunaan *mobile banking* salah satunya dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lieny, 2021) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan

berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.

#### **4.3.3 Pengaruh Sikap Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, maka dapat diketahui bahwa variabel sikap berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0,044, nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 1,986 ( $2,458 > 1,986$ ) dan nilai sig sebesar  $0,016 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa sikap merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

Semakin positif sikap nasabah terhadap *mobile banking* syariah maka kan semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* syariah. Hasil penelitian ini mendukung kebenaran teori *Theory of Planned Behavior* yang dikembangkan oleh Ajzen yang mengungkapkan bahwa sikap merupakan perasaan positif atau negatif seseorang akan suatu perilaku dan memiliki pengaruh langsung terhadap minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan temuan Sukmawati et al., (2022) dalam penelitiannya terkait penerimaan dan penggunaan layanan *mobile banking* perbankan syariah: eksistensi *Technology Acceptance Model*, dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah.

Hasil ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Walean & Talumantak (2021) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* salah satunya dipengaruhi oleh variabel sikap.

Meskipun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah, namun pada kenyataannya mahasiswa memiliki keraguan terhadap keamanan layanan *mobile banking*. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner dimana terdapat beberapa mahasiswa yang menjawab pernyataan terkait dengan tingkat keyakinan terhadap proses transaksi *mobile banking* syariah dengan skala 3-2, yang artinya mereka bersikap netral dan kurang setuju terhadap keamanan transaksi *mobile banking* syariah.

#### **4.3.4 Pengaruh Norma Subjektif Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN**

##### **Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah**

Norma subjektif merupakan pengaruh atau tekanan pihak yang bisa memberikan acuan terhadap individu untuk menghasilkan suatu perilaku

tertentu. Dalam hal ini pihak pemberi acuan akan memberi tahu manfaat dari penggunaan *mobile banking* syariah dan akan menyarankan untuk menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh dari keadaan lingkungan sekitar maupun orang-orang terdekat, maka semakin besar pula dorongan minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking* syariah.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel norma subjektif berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0,023 sedangkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 1,986 ( $2,481 > 1,986$ ) dan nilai sig sebesar  $0,015 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa norma subjektif merupakan faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dimana adanya pengaruh pihak ketiga seperti keluarga, teman sebaya serta adanya promosi terkait *mobile banking* syariah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini karena mahasiswa adalah generasi Z yang mudah terpengaruh dan cepat berubah sesuai dengan lingkungan sekitarnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Kaukab & Setiyanti (2022) dalam penelitiannya terkait pendekatan *theory of planned behavior* pada minat penggunaan m-banking dimasa pandemi covid-19 yang menyatakan bahwa variabel norma subjektif berpengaruh terhadap minat penggunaan m-banking dimasa pandemi covid-19. Hasil ini juga sependapat dengan hasil penelitian yang dilakukan Caroline & Hastuti (2021) dimana variabel norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

#### **4.3.5 Pengaruh Kontrol Perilaku Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN**

##### **Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah**

Ajzen (1991) menyatakan bahwa kontrol perilaku merupakan kemampuan seseorang dalam melakukan sesuatu. Menurut teori yang dikemukakan Dharmmesta (1998) persepsi kontrol perilaku adalah situasi ketika seseorang percaya bahwa suatu tindakan atau keputusan itu mudah atau sulit dilakukan, mengenai pengalaman masalah sebagai bentuk antisipasi dari hambatan yang pernah ada. Semakin tinggi tingkat pemahaman dan kemampuan nasabah terhadap teknologi *mobile banking* syariah menjadikan nasabah tidak merasa kesulitan ketika mengoperasikan dan mereka percaya bahwa menggunakan *mobile banking* syariah dimasa yang semakin canggih merupakan cara yang tepat.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan sebelumnya, dapat diketahui bahwa variabel norma kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile*

*banking syariah*. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi penelitian yang bernilai positif sebesar 0,070 sedangkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi 5% yaitu 1,986 ( $6,799 > 1,986$ ) dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menjelaskan bahwa kontrol perilaku mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking syariah*.

Adanya pemahaman serta fasilitas pendukung yang dimiliki oleh mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan *mobile banking syariah*, menjadi faktor yang mampu meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang menyatakan bahwa adanya pemahaman yang baik serta adanya fasilitas pendukung memiliki skor dengan skala 4-5 yang berarti bahwa mahasiswa setuju dengan pernyataan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Kaukab) terkait pendekatan *theory of planned behavior* pada minat penggunaan m-banking dimasa pandemi covid-19 yang menyatakan bahwa variabel kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap minat individu menggunakan m-banking dimasa pandemi covid-19.

Penelitian tersebut juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Rubiyanti (2019) terkait dengan Analisis Minat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Digital Perbankan Dengan Pendekatan *Theory of Planned of Behavior* (Studi Pada Kota Bandung dan Jakarta) yang menyatakan bahwa persepsi kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan digital perbankan

#### **4.3.6 Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku Terhadap Minat Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta Menggunakan Mobile Banking Syariah**

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan sebelumnya, menunjukkan bahwa  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu sebesar  $199,437 > 2,31$  dan nilai  $s_{g}$  sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti secara bersama-sama (simultan) variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan mobile banking syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Laksana et al (2015) terkait dengan pengaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah) dengan sampel sebanyak 100 responden mendapatkan hasil bahwa secara simultan persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi risiko dan persepsi kesesuaian berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Hakim & Rubiyanti (2019) terkait dengan Analisis Minat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Digital Perbankan Dengan Pendekatan *Theory Of Planned Of Behavior* (Studi Pada Kota Bandung dan Jakarta) menyatakan bahwa variabel sikap, norma

subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan digital perbankan pada masyarakat Jakarta dan Bandung.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian diatas, mengenai pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,876 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti semakin banyak manfaat yang diperoleh mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta dalam menggunakan *mobile banking* syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* syariah tersebut.
2. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,540 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,013 < 0,05$  yang berarti semakin tinggi tingkat kemudahan dalam pengoperasian *mobile banking* syariah, maka hal ini akan meningkatkan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Pengaruh sikap terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah menunjukkan bahwa nilai

$t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,458 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,016 < 0,05$  yang berarti semakin positif sikap atau respon mahasiswa terhadap *mobile banking* syariah, maka semakin tinggi pula minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah

4. Pengaruh norma subjektif terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,481 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,015 < 0,05$  yang artinya semakin besar pengaruh lingkungan sekitar dan orang-orang terdekat, maka semakin besar juga dorongan minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.
5. Pengaruh kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu sebesar  $6,799 > 1,986$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya semakin tinggi tingkat pemahaman dan kemampuan mahasiswa terhadap teknologi *mobile banking* syariah, maka semakin tinggi juga minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah
6. Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku terhadap minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  yaitu sebesar  $199,437 > 2,31$  dan nilai sig sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya dengan banyaknya manfaat yang diperoleh, adanya kemudahan dan pemahaman dalam pengoperasian *mobile banking* syariah serta respon dan

pengaruh lingkungan sekitar maupun orang-orang terdekat mampu mempengaruhi minat mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta menggunakan *mobile banking* syariah.

## 5.2 Keterbatasan Data

Penelitian ini telah dilakukan sebaik-baiknya, namun tentunya masih ada keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini antara lain:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta yang menjadi nasabah bank syariah pengguna *mobile banking* syariah
2. Penelitian ini hanya menggunakan variabel TAM dan variabel TPB tanpa memasukkan variabel lainnya yang memungkinkan variabel tersebut dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* syariah

## 5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut:

1. Pada penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambah variabel lain untuk mengetahui lebih jauh dan mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* syariah

2. Pada penelitian mendatang, disarankan untuk melakukan penelitian pada wilayah yang lebih luas dan sampel penelitian yang lebih kompleks dan berbeda
3. Pihak bank syariah disarankan untuk terus memperbaiki dan memberikan inovasi pelayanan *mobile banking* yang semakin memudahkan nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi digital

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Ke-1)*. Aswaja Pressindo.
- Bambang, R. (2008). *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. BPF.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing 195.
- Siregar. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (Ke-19)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 (Pertama: J, Issue July)*. Pena Persada.

### JURNAL

- Adhiputra, M. W. (2015). Aplikasi Technology Acceptance Model Terhadap Pengguna Layanan Internet Banking. *Kalbisocio*, 2(1), 52–63.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior The Theory of Planned Behavior. In *Organizationl Behavior and Human Decision Processes* (pp. 1–34). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alamri, F., & Widyatama, A. (2019). Technology Acceptance Model (TAM) Sebagai Solusi Atas Minat Penggunaan Layanan E-Registration Wajib Pajak. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 10(2), 89–99.
- Alimuddin, M., Nurdin, N., & Amalia, R. (2019). Produk Layanan Transaksi Online Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 1(2), 56–74.
- Alomary, A., & Woollard, J. (2015). How Is Technology Accepted by Users ? A Review of Technology Acceptance Models and Theories. *Proceeding of The IRES International Conference, London, November*.
- Ariestova Kurniawan, I. M. G. (2019). Sikap Dan Minat Menggunakan Mobile Banking ( Studi Kasus Pada PT . Bank Pembangunan Daerah Bali Cabang Denpasar ). *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 492–502.
- Arthana R, Y. W., & Rukhviyanti, N. (2015). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking (M-Banking): Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Informasi*, VII(1), 25–44.

- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *Jurnal TECHNOBIZ*, 3(1), 25–29.
- Baharuddin, J. (2021). Pengaruh Religiusitas dan Perilaku Terencana Terhadap Minat Menggunakan Cashless Pada Masyarakat Kota Jayapura dimasa Covid-19. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1306–1312.
- Caroline, C. C., & Hastuti, T. D. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan M-Banking Berdasarkan Teori TAM. *Jurnal KEUNIS (Keuangan Dan Bisnis)*, 9(2), 160–172.
- Chen, S.-C., Li, S.-H., & Li, C.-Y. (2011). Recent Related Research In Technology Acceptance Model: A Literature Review. *Australian Journal of Business and Management Research*, 1(9), 124–127.
- Davis, F. D. (1985). *A Technology Acceptance Model For Empirically Testing New End-User Information Systems: Theory And Result*. Massachusetts Institute of Technology.
- Durman, T. Y., & Musdholifah. (2020). Integrasi Technology Acceptance Model Dan Theory Of Planned Behavior Terhadap Intention To Use Mobile Payment (Studi Pada Pengguna OVO Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(2), 621–633.
- Hakim, M. F., & Rubiyanti, N. (2019). Analisis Minat Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Digital Perbankan Dengan Pendekatan Theory of Planned of Behavior (Studi Pada Kota Bandung Dan Jakarta). In *e-Proceeding of Management* (Vol. 6, Issue 3).
- Hasyim, F., & Nurohman, Y. A. (2021). Adopsi Teori Perilaku Berencana Dalam Menganalisis Niat Melakukan Wakaf Tunai. *Jurnal Among Makarti*, 14(1), 78–92.
- Inayah, N., Agriyanto, R., & Warno. (2018). The Role Of Spirituality In The Behavior Of Sharia Bank Mobile Banking: Evidance From Indonesia. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 26(1), 197–224.
- Indah, D. Y., Setiawati, I., & Indiworo, H. E. (2020). Analisis Keputusan Nasabah Menggunakan Transaksi Non Tunai di Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Bank BRI Unit Sale Kabupaten Rembang). *JURNAL INFOKAM*, XVI(2), 105–115.
- Iriani, A. F. (2018). Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *DINAMIS: Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(2), 99–111.
- Iskandar, E., Ahmadsyah, I., & Rahayu, C. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah BNI Syariah Cabang Banda Aceh. *JIMEBIS*, 2(1), 45–53.

- Ismail, H. A., & Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *INDICATORS: Journal of Economics and Business*, 3(17), 151–157.
- Kaukab, M. E., & Setiyanti, F. Y. (2022). Pendekatan Theory Of Planned Behavior Pada Minat Penggunaan M-Banking Di Masa Pandemi Covid-19. *ACCOUNTHINK: Journal of Accounting and Finance*, 7(01), 39–50.
- Kurniawan, D., Samuel, H., & Japariato, E. (2013). Analisis Penerimaan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model Dan Theory Of Reasoned Action. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–13.
- Kusumaningtyas, N. K., & Wardani, D. (2019). Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Sikap Penggunaan Mobile Banking ( Studi Penelitian pada Nasabah Bank BUMN ). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 5(2), 64–72.
- Laksana, G. B., Astuti, E. S., & Dewantara, R. Y. (2015). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Risiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 26(2), 1–8.
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di BCA Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (JABK), STIE-IBEK*, 8(2), 56–62.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment : Pendekatan Model UTAUT 2 Generation Z Interest Continuence Use Intention Mobile Payment Transactions : UTAUT 2 Model Approach. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(November), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- Mandatra, M. I., & Sutarso, Y. (2019). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan, Motivasi dan Risiko Terhadap Niat Perilaku Pada Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1501>
- Marpaung, F. K., Dewi, R. S., Grace, E., Sugiati, M., & Sudirman, A. (2021). Behavioral Stimulus for Using Bank Mestika Mobile Banking Services : UTAUT2 Model Perspective. *Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business*, 1(2), 61–72.
- Mukhtisar, Ridla Tarigan, I. R., & Evriyenni. (2019). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *JIHBI: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 56–72.

- Nurdin, Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim : Pendekatan Technology f Acceptance Model ( Studi Kasus Di Kota Jayapura , Indonesia ). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 478–487.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti*, 9(1952), 123–134.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI: Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, 5(2), 137–150.
- Rampen, D. E. C., & Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM. *Cogito Smart Journal*, 7(1), 85–95.
- Riza, A. F., & Hafizi, R. (2019). Customers Attitude Toward Islamic Mobile Banking in Indonesia : Implementation of TAM. *Asian Journal of Islamic Management(AJIM)*, 1(2), 75–84. <https://doi.org/10.1108/AJIM.vol1.iss2.art1>
- Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (JSMK)*, 3(2), 92–102.
- Sakitri, G. (2020). “ Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi ! .” *1995(2018)*, 1–10.
- Senalasari, W., & Rafdinal, W. (2021). Peran Kesiapan Teknologi dalam Minat Menggunakan Aplikasi Pembayaran Seluler di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 7(1), 22–32.
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(6), 4043–4068.
- Sofya, N. D., Heriwibowo, D., & Rodianto. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank NTB Syariah Cabang Sumbawa. *Jurnal Tambora*, 4(2), 41–46.
- Solarz, M., & Adamek, J. (2021). Factors Affecting Mobile Banking Adoption in Poland : An Empirical Study. *European Research Studies Journal*, XXIV(4), 1018–1046.
- Soraya, R. A., & Hasyim, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan

- Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Oleh Masyarakat Selama Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding 5th Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat*, 115–120.
- Sukmawati, H., Joni, Rasyid, A. F., & Kurniaputri, M. R. (2022). Penerimaan dan Penggunaan Layanan Mobile Banking Perbankan Syariah: Ekstensi Technology Acceptance Model. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1845–1857. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3615>
- Sulistiyarini, S. (2008). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.
- Suryani, & Hendriyadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Manajemen dan Ekonomi Islam*. Prenada Media.
- Walean, R. H., & Talumantak, J. P. (2021). Pemodelan Persamaan Struktural Pada Adopsi Mobile Banking Studi Kasus: Bsgtouch Bank Sulutgo. *Cogito Smart Journal*, 7(2), 421–435.
- Wamai, J., & Is, J. M. K. (2017). Determinants of Mobile Banking Adoption by Customers of Microfinance Institutions in Nairobi County in Kenya. *International Journal of Sciences and Research (IJSR)*, 6(6), 2279–2286. <https://doi.org/10.21275/ART20174832>
- Wandira, R., Fauzi, A., Azim, F., & Annas, F. (2022). Customer Acceptance Analysis of Islamic Bank of Indonesia Mobile Banking Using Technology Acceptance Model ( TAM ). *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 30(2), 546–556.
- Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. K. (2017). Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Layanan Mobile Banking di Bandung. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 139–149.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Jadwal Penelitian

No	Bulan Kegiatan	Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Agus				Sep				Okto				Nov			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal	x	x	x	x																																
2	Konsultasi					x		x				x		x																							
3	Revisi Proposal						x		x			x																									
4	Pengumpulan Data													x	x	x	x	x																			
5	Analisis Data																	x	x	x	x	x	x	x													
6	Penulisan Akhir Naskah Skripsi																					x	x	x	x	x	x	x	x								
7	Pendaftaran Munagrasah																													x							
8	Munagrasah																																	x			
9	Revisi Skripsi																																			x	x

## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat, perkenalkan saya Deni Fitri Nur Aini, mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta. Sehubungan dengan penyelesaian penelitian yang sedang saya lakukan dengan **judul “Analisis *Technology Acceptance Model* (TAM) Dan *Theory Of Planned Behavior* (TPB) Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan *Mobile Banking* Syariah (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)”**

Sehubungan dengan hal tersebut, besar harapan saya kepada mahasiswa/i untuk dapat berpartisipasi dalam penelitian ini dengan berkenan mengisi kuesioner yang telah disediakan dengan jawaban yang sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Semua informasi yang diberikan dalam kuesioner ini akan digunakan sesuai dengan standar etika penelitian, oleh karena itu peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas responden. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan banyak terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Hormat Saya

Deni Fitri Nur Aini

## KUESIONER PENELITIAN

### **ANALISIS *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) DAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* (TPB) TERHADAP MINAT GENERASI Z MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING SYARIAH***

**(Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Raden Mas Said Surakarta)**

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Tuliskan terlebih dahulu identitas diri anda pada tempat yang telah disediakan
2. Berilah tanda ceklist pada jawaban anda ditempat yang telah disediakan
3. Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan anda, tidak ada jawaban benar atau salah
4. Tingkat penilaian tersebut dinyatakan dengan rentang skala 1-5 dengan rincian sebagai berikut:

<b>Jawaban</b>	<b>Simbol</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

#### A. Identitas Responden

1. Nama:
2. Prodi:

- PBS
  - MBS
  - AKS
3. NIM:
4. Jenis Kelamin:
- Perempuan
  - Laki-laki
5. Apakah anda pengguna *mobile banking* syariah:
- Ya
  - Tidak
6. *Mobile banking* syariah yang anda gunakan:
7. Lama penggunaan *mobile banking* syariah:
- < 1 tahun
  - 1-2 tahun
  - 2-3 tahun
  - > 4 tahun

B. Kuesioner

Variabel (X <sub>1</sub> ) Persepsi Kegunaan						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

Meningkatkan produktivitas	Penggunaan mobile banking syariah meningkatkan produktivias saya					
Meningkatkan efektivitas	Penggunaan <i>mobile banking</i> syariah meningkatkan efektivitas transaksi saya					
Meningkatkan kinerja	Penggunaan <i>mobile banking</i> syariah meningkatkan kinerja saya					
<b>Variabel (X<sub>2</sub>) Persepsi Kemudahan Penggunaan</b>						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Sistem dan fitur transaksi yang jelas	<i>Mobile banking</i> syariah memiliki sistem dan fitur transaksi yang jelas					
Fleksibel	<i>Mobile banking</i> syariah dapat digunakan kapan saja dan dimana saja					
Mudah dipelajari dan dipahami	Sistem transaksi <i>mobile banking</i> syariah mudah dipelajari dan dipahami					

Mudah digunakan	<i>Mobile banking</i> syariah mudah digunakan					
Efisien	<i>Mobile banking</i> syariah dapat menghemat waktu dan biaya					
<b>Variabel (X<sub>3</sub>) Sikap</b>						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Rasa puas	Saya puas menggunakan <i>mobile banking</i> syariah					
Rasa percaya	Saya memilih <i>mobile banking</i> syariah milik bank terpercaya					
Keamanan	Saya yakin dengan keamanan proses transaksi <i>mobile banking</i> syariah					
Kenyamanan	<i>Mobile banking</i> memberikan kenyamanan bagi saya dalam bertransaksi					
Kesesuaian dengan kebutuhan	Layanan <i>mobile banking</i> syariah telah memenuhi aktivitas perbankan yang saya butuhkan					

Variabel (X <sub>4</sub> ) Norma Subjektif						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Adanya trend baru	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> syariah karena mengikuti trend <i>cashless</i>					
Rekomendasi pihak lain	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> syariah atas saran orang lain					
Pengaruh dari luar	Saya mendapat dorongan teman sebaya dalam menggunakan <i>mobile banking</i> syariah					
Adanya promosi	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> syariah setelah melihat promosi <i>mobile banking</i> syariah					
Variabel (X <sub>5</sub> ) Persepsi Kontrol Perilaku						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS

Mampu mengoperasikan	Saya mampu mengoperasikan <i>mobile banking</i> syariah tanpa bantuan orang lain					
Pengalaman masa lalu	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> syariah berdasarkan pengalaman yang terjadi sebelumnya					
Mampu mengendalikan	Saya mampu mengendalikan penggunaan <i>mobile banking</i> syariah					
Kelengkapan fasilitas	Saya memiliki fasilitas pendukung <i>mobile banking</i> syariah					
<b>Variabel (Y) Minat Mengguankan <i>Mobile Banking</i> Syariah</b>						
Indikator	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Perasaan tertarik	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> syariah sebagai media transaksi					

Motif	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> syariah untuk membantu kebutuhan transaksi					
Perasaan senang	Saya senang menggunakan <i>mobile banking</i> syariah					
Perhatian	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i> syariah dimasa mendatang					
Merekomendasikan	Saya akan merekomendasikan orang lain untuk menggunakan <i>mobile banking</i> syariah					

### Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data

#### Variabel Persepsi Kegunaan

PK.1	PK.2	PK.3	JUMLAH
3	4	5	12
4	4	2	10
5	5	5	15
4	4	4	12
2	4	3	9
3	3	4	10
3	3	4	10
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	5	15
2	4	4	10
5	3	4	12
3	3	4	10
5	4	4	13
5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	3	10
5	5	5	15
3	2	1	6
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
1	2	2	5
4	3	5	12
2	4	5	11
4	4	4	12
4	5	4	13
4	3	4	11
3	3	3	9
3	4	4	11
5	4	4	13
5	5	5	15

4	3	4	11
4	3	5	12
4	4	5	13
5	5	4	14
4	3	3	10
5	5	5	15
4	5	5	14
4	3	5	12
5	4	5	14
5	5	5	15
4	5	4	13
4	5	4	13
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
2	3	4	9
4	5	4	13
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	4	4	13
4	4	5	13
5	4	4	13
5	5	5	15
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15

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

Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan ( $X_2$ )

<b>PKP.1</b>	<b>PKP.2</b>	<b>PKP.3</b>	<b>PKP.4</b>	<b>PKP.5</b>	<b>JUMLAH</b>
4	4	4	4	4	20
3	2	4	2	4	15
4	4	4	2	2	16
3	3	3	2	4	15
4	4	4	4	2	18
3	4	3	4	4	18
3	4	3	4	3	17

4	4	5	3	4	20
3	4	4	5	5	21
3	3	3	3	2	14
2	2	3	3	1	11
5	5	4	4	4	22
3	4	2	4	3	16
2	3	5	4	3	17
2	3	2	3	3	13
3	4	5	5	5	22
5	4	4	4	4	21
3	3	3	2	1	12
3	3	4	4	4	18
5	5	5	5	4	24
5	2	4	2	4	17
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	2	10
4	3	5	5	5	22
4	5	4	5	4	22
5	5	4	5	3	22
4	4	4	4	4	20
2	2	2	2	3	11
3	4	4	4	3	18
3	3	3	1	1	11
4	4	3	4	4	19
3	3	4	3	4	17
5	5	5	5	5	25
5	4	4	3	3	19
2	5	2	2	3	14
4	5	4	5	4	22
4	4	5	4	4	21
5	3	4	3	4	19
3	3	3	2	3	14
5	5	4	5	3	22
4	4	4	4	2	18
3	3	2	2	2	12
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22

3	4	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	2	17
4	4	2	4	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	3	22
5	4	4	4	3	20
3	3	3	2	3	14
5	3	4	3	4	19
5	5	4	5	5	24
5	3	4	3	4	19
4	4	4	2	1	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	2	22
4	4	4	4	2	18
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	3	4	3	18
4	3	2	3	2	14
4	4	3	4	2	17
4	4	4	2	2	16
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	3	2	2	2	12
4	4	4	4	3	19
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
2	3	3	2	1	11
4	4	4	4	2	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	2	1	12
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	4	3	19
3	3	3	3	2	14
4	4	4	4	5	21

Variabel Sikap (X<sub>3</sub>)

S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	JUMLAH
5	5	5	3	4	22
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	2	17
3	5	4	4	4	20
2	2	3	3	2	12
4	3	4	4	3	18
4	3	3	4	3	17
3	4	4	3	3	17
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
3	2	4	4	2	15
3	3	3	2	4	15
4	4	4	5	3	20
4	3	4	3	5	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	18

5	5	5	5	5	25
2	4	3	2	5	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
1	2	2	2	2	9
5	4	4	4	4	21
5	5	5	4	5	24
4	3	3	3	3	16
4	5	5	5	4	23
4	4	4	3	4	19
3	5	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	22
5	5	2	4	2	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
5	4	4	3	3	19
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
3	5	4	3	5	20
5	4	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	3	19
4	3	4	3	3	17
4	5	4	4	4	21
5	5	5	4	5	24
5	4	5	5	4	23
5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	3	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18
4	3	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	2	15
5	4	3	5	5	22
5	5	5	5	5	25
5	3	3	4	4	19
5	5	4	4	4	22
4	4	3	4	4	19
4	5	5	5	3	22
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	1	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	3	3	17
4	4	4	3	4	19
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	3	18
5	4	4	4	4	21

4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	3	19
3	4	2	3	2	14

Variabel Norma Subjektif ( $X_4$ )

<b>KP.1</b>	<b>X5.2</b>	<b>X5.3</b>	<b>X5.4</b>	<b>JUMLAH</b>
4	3	4	3	19
3	5	2	4	14
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15
2	4	3	2	11
3	4	4	3	14
3	4	4	3	14
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	4	4	2	13
2	2	4	5	13
2	4	4	3	13
3	4	4	5	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	1	3	13
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
2	2	2	1	7
4	4	5	4	17
5	5	5	2	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	3	16

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

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

Variabel Kontrol Perilaku ( $X_5$ )

KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	JUMLAH
4	3	4	3	19
3	5	2	4	14
5	5	5	5	20
3	4	4	4	15

2	4	3	2	11
3	4	4	3	14
3	4	4	3	14
4	4	4	5	17
3	4	4	4	15
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
3	4	4	2	13
2	2	4	5	13
2	4	4	3	13
3	4	4	5	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
4	5	1	3	13
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
2	2	2	1	7
4	4	5	4	17
5	5	5	2	17
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	4	4	4	15
5	5	3	3	16
4	4	4	3	15
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
2	4	5	4	15
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
5	4	3	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
5	4	5	4	18
4	5	5	5	19

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

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

## Variabel Minat (Y)

<b>Y.1</b>	<b>Y.2</b>	<b>Y.3</b>	<b>Y.4</b>	<b>Y.5</b>	<b>JUMLAH</b>
3	4	4	3	4	18
4	4	3	5	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
2	4	2	4	4	16
3	3	3	4	3	16
3	3	3	4	3	16
5	4	4	4	4	21
4	4	3	4	4	19
4	4	4	5	4	21
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
2	4	3	4	4	17
5	3	2	2	3	15
3	3	2	4	3	15
5	4	3	4	4	20

5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	4	17
5	5	5	5	5	25
3	2	4	5	2	16
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	4	21
1	2	2	2	2	9
4	3	4	4	3	18
2	4	5	5	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
4	3	3	4	3	17
3	3	5	5	3	19
3	4	4	4	4	19
5	4	3	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	3	5	5	3	20
4	3	2	4	3	16
4	4	4	5	4	21
5	5	4	4	5	23
4	3	5	4	3	19
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
4	3	5	4	3	19
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
2	3	4	4	3	16
4	5	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	5	5	4	5	23

4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	4	22
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
5	4	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
3	4	4	3	4	18
3	3	4	4	3	17
3	4	4	4	4	19
3	3	4	4	3	17
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	18
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	4	21
4	5	4	5	5	23
5	4	5	4	4	22
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	4	22
4	4	5	5	4	22

4	4	4	4	4	20
3	4	4	5	4	20
5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	3	17
4	3	3	3	3	16

## Lampiran 4 Hasil Output

### 1. Uji Validitas

#### a. Uji Validitas Persepsi Kegunaan

##### Correlations

		PK.1	PK.2	PK.3	TOTAL
PK.1	Pearson Correlation	1	.216*	.350**	.708**
	Sig. (2-tailed)		,031	,000	,000
	N	100	100	100	100
PK.2	Pearson Correlation	.216*	1	.591**	.778**
	Sig. (2-tailed)	,031		,000	,000
	N	100	100	100	100
PK.3	Pearson Correlation	.350**	.591**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.708**	.778**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

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

#### b. Uji Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

		PKP.1	PKP.2	PKP.3	PKP.4	PKP.5	TOTAL
PKP.1	Pearson Correlation	1	.635**	.640**	.556**	.428**	.797**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PKP.2	Pearson Correlation	.635**	1	.532**	.738**	.386**	.799**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100
PKP.3	Pearson Correlation	.640**	.532**	1	.631**	.545**	.812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PKP.4	Pearson Correlation	.556**	.738**	.631**	1	.601**	.858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
PKP.5	Pearson Correlation	.428**	.386**	.545**	.601**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.797**	.799**	.812**	.858**	.741**	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).

## c. Uji Validitas Sikap

**Correlations**

	S.1	S.2	S.3	S.4	S.5	TOTAL	
S.1	Pearson Correlation	1	.531**	.570**	.670**	.415**	.787**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
S.2	Pearson Correlation	.531**	1	.599**	.549**	.533**	.796**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
S.3	Pearson Correlation	.570**	.599**	1	.604**	.587**	.834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
S.4	Pearson Correlation	.670**	.549**	.604**	1	.468**	.818**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
S.5	Pearson Correlation	.415**	.533**	.587**	.468**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.787**	.796**	.834**	.818**	.770**	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).

d. Uji Validitas Norma Subjektif

**Correlations**

		NS.1	NS.2	NS.3	NS.4	TOTAL
NS.1	Pearson Correlation	1	1.000**	.591**	,138	.913**
	Sig. (2-tailed)		0,000	,000	,171	,000
	N	100	100	100	100	100
NS.2	Pearson Correlation	1.000**	1	.591**	,138	.913**
	Sig. (2-tailed)	0,000		,000	,171	,000
	N	100	100	100	100	100
NS.3	Pearson Correlation	.591**	.591**	1	.213*	.775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,033	,000
	N	100	100	100	100	100
NS.4	Pearson Correlation	,138	,138	.213*	1	.454**
	Sig. (2-tailed)	,171	,171	,033		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.913**	.913**	.775**	.454**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

## e. Uji Validitas Kontrol Perilaku

**Correlations**

		KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	TOTAL
KP.1	Pearson Correlation	1	.581**	.492**	.449**	.806**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP.2	Pearson Correlation	.581**	1	.467**	.453**	.727**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP.3	Pearson Correlation	.492**	.467**	1	.561**	.787**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP.4	Pearson Correlation	.449**	.453**	.561**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.806**	.727**	.787**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

## f. Uji Validitas Minat

**Correlations**

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTAL
Y1.1	Pearson Correlation	1	.591**	.449**	.453**	.591**	.771**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.591**	1	.531**	.541**	1.000**	.894**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	0,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.449**	.531**	1	.581**	.531**	.767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000

	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.453**	.541**	.581**	1	.541**	.747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.591**	1.000**	.531**	.541**	1	.894**
	Sig. (2-tailed)	,000	0,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.771**	.894**	.767**	.747**	.894**	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).

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Uji Reliabilitas Persepsi Kegunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	3

### b. Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,859	5

### c. Uji Reliabilitas Sikap

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	5

## d. Uji Reliabilitas Norma Subjektif

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,776	4

## e. Uji Reliabilitas Kontrol Perilaku

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,795	4

## f. Uji Reliabilitas Minat

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	5

## 3. Uji Asumsi Klasik

## a. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,10554465
Most Extreme Differences	Absolute	,084
	Positive	,054
	Negative	-,084
Test Statistic		,084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 <sup>c</sup>

## b. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000		
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000	,246	4,061
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013	,986	1,014
Sikap Norma Subjektif	,016	,006	,140	2,458	,016	,280	3,566
Kontrol Perilaku	,023	,009	,163	2,481	,015	,213	4,696
	,070	,010	,479	6,799	,000	,185	5,412

a. Dependent Variable: MINAT

## c. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,271	,057		4,772	,000		
Persepsi Kegunaan	-,005	,007	-,143	-,734	,465	,246	4,061
Persepsi Kemudahan Penggunaan	-,002	,002	-,130	-1,331	,186	,986	1,014
Sikap	-,002	,004	-,102	-,560	,577	,280	3,566

Norma Subjektif	-,005	,006	-,164	-,782	,436	,213	4,696
Kontrol Perilaku	,002	,006	,081	,360	,720	,185	5,412

#### 4. Uji Ketepatan Model

##### a. Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11,699	5	2,340	199,437	.000 <sup>b</sup>
Residual	1,103	94	,012		
Total	12,802	99			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku

##### b. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.956 <sup>a</sup>	,914	,909	,10832

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku

## 5. Uji Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013
Sikap	,016	,006	,140	2,458	,016
Norma Subjektif	,023	,009	,163	2,481	,015
Kontrol Perilaku	,070	,010	,479	6,799	,000

a. Dependent Variable: MINAT

## 6. Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,974	,090		21,811	,000
Persepsi Kegunaan	,044	,011	,236	3,876	,000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,007	,003	,077	2,540	,013
Sikap	,016	,006	,140	2,458	,016
Norma Subjektif	,023	,009	,163	2,481	,015
Kontrol Perilaku	,070	,010	,479	6,799	,000

a. Dependent Variable: MINAT

## Lampiran 5 Plagiasi

Skripsi Deni Fitri Nur Aini			
ORIGINALITY REPORT			
<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>10%</b>	<b>13%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source		8%
2	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source		2%
3	<a href="http://dspace.uil.ac.id">dspace.uil.ac.id</a> Internet Source		2%
4	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source		1%
5	<a href="http://eprints.walisongo.ac.id">eprints.walisongo.ac.id</a> Internet Source		1%
6	<a href="http://febi.uinsaid.ac.id">febi.uinsaid.ac.id</a> Internet Source		1%
7	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source		1%
8	Submitted to Universitas Bina Darma Student Paper		1%
9	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper		1%
10	Submitted to Sriwijaya University Student Paper		1%
11	<a href="http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id">e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id</a> Internet Source		1%
12	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source		1%
13	<a href="http://etd.iain-padangsidempuan.ac.id">etd.iain-padangsidempuan.ac.id</a> Internet Source		1%
14	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source		1%
15	Dadan Ramdhani, Wahyu Yulianto Wibowo, Popong Suryani, Bima Prabowo. "Pengaruh Moral, Etika, dan Kualitas Pelayanan		1%

## Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

### Riwayat Hidup

#### A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Deni Fitri Nur Aini  
Tempat, Tanggal Lahir : Sukoharjo, 19 Desember 1999  
Agama : Islam  
Alamat : Tegalrejo RT 01/07 Bekonang, Mojolaban,  
Sukoharjo, Jawa Tengah  
E-mail : [deniaini19@gmail.com](mailto:deniaini19@gmail.com)

#### B. Pendidikan

2004-2005 : TK Batik Bekonang  
2006-2012 : SD N 01 Bekonang  
2013-2015 : SMP N 1 Mojolaban  
2016-2018 : SMA N 1 Mojolaban  
2018-2022 : UIN Raden Mas Said Surakarta

#### C. Pengalaman Organisasi

2018-2019 : Staff Media FRESH  
2019-2020 : Staff Keilmuan DEMA FEBI  
2020-2021 : Bendahara Umum FRESH  
Staff Medinfo Pakkis  
2021-Sekarang : Bendahara Umum Karang Taruna