

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,  
PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KENYAMANAN  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
PADA BANK ACEH SYARIAH**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**PUTRI HANDAYANI**  
**NIM: 1805906020031**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH-ACEH BARAT  
2022**

**PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN,  
PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KENYAMANAN  
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*  
PADA BANK ACEH SYARIAH**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Tugas Akhir  
Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**PUTRI HANDAYANI  
NIM: 1805906020031**



**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
MEULABOH-ACEH BARAT  
2022**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

Kampus UTU, Meulaboh, Aceh Barat 23615; PO BOX 59 Telp.: 0655-7110535  
Laman : [www.utu.ac.id](http://www.utu.ac.id) email: [ekonomi@utu.ac.id](mailto:ekonomi@utu.ac.id)

---

Meulaboh, 30 November 2022

Jurusan : Manajemen  
Jenjang : Strata 1 (S1)

**LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI**

Dengan ini menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Putri Handayani  
Nim : 1805906020031

Dengan Judul : **PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI  
KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI  
KENYAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN  
MOBILE BANKING PADA BANK ACEH SYARIAH**

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar

Mengesahkan:

Pembimbing Utama

**Nabila Hilmy Zhafira S.M.,M.B.A**

**NIP. 199304122018032001**

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

**Prof. Dr. T. Zulham, SE., M. Si**  
**NIP : 196002121989031003**

**Muzakir, S.E., M.Sc**  
**NIP. 199111112019031011**



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS TEUKU UMAR  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN

Kampus UTU, Meulaboh, Aceh Barat 23615; PO BOX 59 Telp.: 0655-7110535  
Laman : [www.utu.ac.id](http://www.utu.ac.id) email: [ekonomi@utu.ac.id](mailto:ekonomi@utu.ac.id)

Meulaboh, 30 November 2022

Jurusan : Manajemen  
Jenjang : Strata 1 (S1)

**LEMBARAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN**

Dengan ini menyatakan bahwa kami telah mengesahkan skripsi saudara:

Nama : Putri Handayani  
Nim : 1805906020031

Dengan Judul : **PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA BANK ACEH SYARIAH**

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian pada tanggal 30 November 2022.

Menyetujui,  
Komisi Ujian

Tanda Tangan

- |            |                                    |       |
|------------|------------------------------------|-------|
| 1. Ketua   | : Damrus, S.E.,M.Si                | ..... |
| 2. Anggota | : Nabila Hilmy Zhafira, S.M.,M.B.A | ..... |
| 3. Anggota | : Muzakir, S.E.,M.Sc               | ..... |

Mengetahui:  
Ketua Jurusan Manajemen

**Muzakir, S.E., M.Sc**  
NIP. 199111112019031011

### **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Handayani

NIM 1805906020031

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa di dalam skripsi adalah hasil karya saya sendiri dan tidak terdapat bagian atau satu kesatuan yang utuh dari skripsi, tesis, disertasi, buku atau bentuk lain yang saya kutip dari orang lain tanpa saya sebutkan sumbernya yang dapat dipandang sebagai tindakan penjiplakan. Sepanjang pengetahuan saya juga tidak mendapat reproduksi karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain yang dijadikan seolah-olah karya asli saya sendiri. Apabila ternyata dalam skripsi saya terdapat bagian-bagian yang memenuhi unsur penjiplakan, maka saya menyatakan kesediaan untuk dibatalkan sebahagian atau seluruh hak gelar kesarjanaan saya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Meulaboh, 30 November 2022

Yang menyatakan

Putri Handayani  
1805906020031

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

### AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Teuku Umar, saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Putri Handayani

NIM :1805906020031

Jurusan :

Manajemen

Fakultas :

Ekonomi Jenis

karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Teuku Umar **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** ( *Non-exclusive Royalti- Free Right* ) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* PADA BANK ACEH SYARIAH

Berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti noneksklusif ini Universitas Teuku Umar berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhirsaya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Meulaboh, 30 November 2022

Yang menyatakan

Putri Handayani  
1805906020031

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil ‘alamin, Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat serta karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Shalawat beriring salam penulis sanjung sajikan kepada baginda Rasulullah SAW, keluarga dan para sahabat beliau yang telah membawa dan menuntun umatnya dari zaman jahiliah menuju zaman yang islamiah dari alam kebodohan kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan Mobile Banking pada Bank Aceh Syariah”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat menyelesaikan studi dan meraih gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.

Dalam kesempatan ini penulis dengan kerendahan dan ketulusan hati yang amat dalam ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Ishak, M. Si selaku rektor Universitas Teuku Umar.
2. Bapak Prof. T. Zulham, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
3. Ibu Nabila Hilmy Zhafira., S.M., MBA selaku Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan arahan-arahan serta rela mengorbankan waktu dalam menyelesaikan skripisi ini.
4. Bapak Muzakir S.E., M.Sc selaku Penguji dan Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar.
5. Bapak Damrus S.E M.Si selaku Penguji dan Sekretaris Jurusan yang telah banyak membantu memberikan arahan-arahan serta rela mengorbankan waktu dalam menyelesaikan skripisi ini.

6. Terimakasih kepada seluruh Dosen dan Staf di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Teuku Umar.
7. Terimakasih kepada Bank Aceh Syariah Aceh Barat selaku objek dalam penelitian ini.
8. Yang teristimewa Ayahanda “M. Isa ” dan Ibunda tercinta “Nurlela” serta keluarga tercinta yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah banyak memberikan dukungan, doa serta dorongan baik berupa moral maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih sebesar-besarnya kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis mengisi kuesioner demi kelancaran penyusunan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang telah membantu, mendoakan dan memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for, for never quitting, I wanna thank me for always being a giver, And tryna give more than I recieve, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all times.*

Segala upaya telah penulis lakukan dan usahakan untuk penyempurnaan skripsi ini. Namun, tidak mustahil masih terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi. Kebenaran selalu datang dari Allah SWT dan kesalah datang dari penulis sendiri, untuk itu penulis meminta maaf sebesar-besarnya dan mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Demikian harapan penulis dan akhir kata penulis ucapkan terima kasih semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dunia pendidikan.

Alue Peunyareng, 30 November 2022

Penulis,

Putri Handayani

1805906020031



## PERSEMBAHAN



Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas Kuasanya yang telah memberikan nikmat sehat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beriring salam penulis sanjungkan kepada baginda Rasulullah SAW yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Tidak bisa dipungkiri kedua orang tua menjadi salah satu motivasi terbesar untuk menyelesaikan skripsi. Dukungan mereka tentunya sangat berarti bagi kamu.

Ibunda dan Ayahanda Tercinta Sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu dan Ayah yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bahagia karna kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih. Untuk Ibu dan Ayah yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasehatiku menjadi lebih baik.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan Mobile Banking pada Bank Aceh Syariah. Variabel-variabel yang digunakan adalah Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan yang dihipotesiskan berpengaruh terhadap Minat penggunaan. Dengan menggunakan metode *non probability sampling* maka diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking pada Bank Aceh Syariah. Sedangkan persepsi kepercayaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking pada Bank Aceh Syariah. Dari hasil uji F diperoleh variabel pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking pada Bank Aceh Syariah. Berdasarkan nilai R square sebesar 0.703 artinya persentase pengaruh variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan Mobile Banking pada Bank Aceh Syariah sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

**Kata Kunci : Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan, Minat Penggunaan**

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of perceived usefulness, perceived convenience, perceived trust and perceived comfort on the interest in using Mobile Banking at Bank Aceh Syariah. The variables used are the influence of perceived usefulness, perceived convenience, perceived trust and perceived comfort which are hypothesized to influence interest in use. By using the non-probability sampling method, a sample of 100 respondents was obtained. Based on the results of the study partially perceived usefulness, perceived convenience and perceived comfort have a positive and significant effect on the interest in using mobile banking at Bank Aceh Syariah. Meanwhile, the perception of trust has a negative and significant effect on the use of mobile banking at Bank Aceh Syariah. From the results of the F test, it was obtained that the variables influencing perceived usefulness, perceived convenience, perceived trust and perceived comfort simultaneously influenced the interest in using mobile banking at Bank Aceh Syariah. Based on the R square value of 0.703, it means that the percentage of influence of the variable perceived usefulness, perceived convenience, perceived trust and perceived comfort on the interest in using Mobile Banking at Bank Aceh Syariah is 70.3%. While the remaining 29.7% is influenced by other variables not included in the regression model.*

***Keywords: Perceived Usefulness, Perceived Convenience, Perceived Trust, Perceived comfort, Interest in Use***

## DAFTAR ISI

|  |            |
|--|------------|
| <b>JUDUL .....</b>   | <b>I</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>   | <b>ii</b>  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERSETUJUAN KOMISI UJIAN .....</b>  | <b>iii</b> |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>   | <b>iv</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI<br/>TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>v</b>   |
| <b>PERSEMBAHAN .....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>   | <b>iii</b> |
| <b>ABSTRAK.....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>   | <b>vi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>   |            |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....  | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....   | 4          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....  | 4          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....  | 5          |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....  | 6          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>   |            |
| 2.1 Definisi <i>Mobile Banking</i> .....   | 8          |
| 2.1.1 Fitur <i>Mobile Banking</i> .....  | 8          |
| 2.1.2 Cara Kerja .....   | 9          |
| 2.2 Minat Penggunaan .....   | 9          |
| 2.2.1 Indikator Minat Penggunaan.....  | 10         |
| 2.3 Persepsi .....   | 11         |
| 2.4 Persepsi Kegunaan.....   | 11         |
| 2.4.1 Indikator Persepsi Kegunaan .....  | 11         |
| 2.5 Persepsi Kemudahan.....  | 12         |
| 2.5.1 Indikator Persepsi Kemudahan .....   | 12         |

|   |    |
|---|----|
| 2.6 Persepsi Kepercayaan .....            | 13 |
| 2.6.1 Indikator Persepsi Kepercayaan..... | 14 |
| 2.7 Persepsi Kenyamanan .....             | 15 |
| 2.7.1 Indikator Persepsi Kenyamanan.....  | 17 |
| 2.8 Penelitian Terdahulu .....            | 18 |
| 2.9 Kerangka Pemikiran.....               | 20 |
| 2.10 Hipotesis Penelitian.....            | 20 |

### **BAB III METODEOLOGI PENELITIAN**

|  |    |
|--|----|
| 3.1 Jenis Lokasi Dan Waktu Penelitian .....            | 22 |
| 3.1.1. Jenis Penelitian.....                           | 22 |
| 3.1.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....               | 22 |
| 3.2. Populasi Dan Sampel .....                         | 23 |
| 3.2,1, Populasi .....                                  | 23 |
| 3.2.2. Sampel .....                                    | 23 |
| 3.3. Definisi Operasional Variabel .....               | 25 |
| 3.4. Jenis dan Sumber Data .....                       | 26 |
| 3.4.1 Jenis Data.....                                  | 26 |
| 3.4.2 Sumber Data .....                                | 26 |
| 3.5. Teknik Pengumpulan Data .....                     | 27 |
| 3.6. Skala Pengukuran.....                             | 27 |
| 3.7 Validasi Dan Relibilitas Instrumen Penelitian..... | 28 |
| 3.7.1 Uji Validitas .....                              | 28 |
| 3.7.2. Uji Realibilitas .....                          | 29 |
| 3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....                          | 29 |
| 3.7.3.1 Uji Normalitas Residual.....                   | 30 |
| 3.7.3.2 Uji heterokedastisitas .....                   | 30 |
| 3.7.3.3 Uji Multikolinieritas .....                    | 31 |
| 3.7.4 Uji Hipotesis .....                              | 31 |
| 3.7.4.1 Analisis Regresi Berganda .....                | 31 |

|  |    |
|--|----|
| 3.7.4.2 Koefisien Determinasi( $R^2$ ) ..... | 32 |
| 3.7.4.3 Uji t .....                          | 33 |
| 3.7.4.4 Uji F .....                          | 33 |

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

|  |    |
|--|----|
| 4.1 Gambaran Umum Penelitian .....                   | 35 |
| 4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah ..... | 35 |
| 4.1.2 Visi, Misi dan Moto .....                      | 37 |
| 4.1.3 Produk dan Layanan.....                        | 38 |
| 4.2 Karakteristik Responden .....                    | 42 |
| 4.3 Analisis Deskriptif .....                        | 45 |
| 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....              | 48 |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                            | 48 |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....                         | 50 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....                           | 50 |
| 4.5.1 Uji Normalitas.....                            | 50 |
| 4.5.2 Uji Multikolinearitas .....                    | 51 |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....                  | 52 |
| 4.6 Analisis Regresi Berganda .....                  | 53 |
| 4.7 Uji Hipotesis .....                              | 55 |
| 4.7.1 Uji t (Parsial).....                           | 55 |
| 4.7.2 Uji F (Simultan) .....                         | 57 |
| 4.8 Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....         | 58 |
| 4.9 Pembahasan .....                                 | 59 |

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

|                     |    |
|---------------------|----|
| 5.1 Kesimpulan..... | 63 |
| 5.2 Saran.....      | 64 |

|                             |           |
|-----------------------------|-----------|
| <b>Daftar Pustaka .....</b> | <b>65</b> |
|-----------------------------|-----------|

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| <b>Lampiran.....</b> | <b>68</b> |
|----------------------|-----------|

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....                         | 18 |
| 3.1 Definisi Operasional Variabel .....                      | 25 |
| 3.2 Skala Likert .....                                       | 28 |
| 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....  | 42 |
| 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....           | 43 |
| 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....      | 44 |
| 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....     | 44 |
| 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian ..... | 45 |
| 4.6 Analisis Deskriptif .....                                | 45 |
| 4.7 Uji Validitas .....                                      | 49 |
| 4.8 Hasil Uji Reliabilitas .....                             | 50 |
| 4.9 Uji Normalitas .....                                     | 51 |
| 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas .....                       | 51 |
| 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas .....                      | 52 |
| 4.11 Analisis Regresi Berganda .....                         | 53 |
| 4.12 Uji t .....   | 55 |
| 4.13 Uji F (Simultan) .....                                  | 58 |
| 4.14 Uji Koefisien Determinasi .....                         | 58 |

## DAFTAR GAMBAR

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| 2.7 Kerangka Pemikiran..... | 28 |
|-----------------------------|----|



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin hari semakin pesat, hal ini ditandai dengan munculnya berbagai macam aktivitas manusia yang melibatkan teknologi didalamnya (Maharani, 2020). Pertumbuhan perkembangan teknologi berbanding lurus dengan perkembangan gaya hidup masa kini. Mobilitas dan kebutuhan akses informasi membuat gaya hidup masyarakat sekarang tidak terlepas dari perangkat teknologi di masa sekarang ini. Hal ini menggambarkan kebutuhan informasi masyarakat sekarang ini sangatlah penting dan membutuhkan akses informasi yang lebih cepat dan tepat.

Salah satu sektor bisnis yang paling dipengaruhi oleh perkembangan teknologi adalah sektor perbankan. Pada saat ini, bank berlomba-lomba menawarkan suatu produk jasa yang fungsinya mendukung berbagai kegiatan perbankan dengan nasabah. Bank mengembangkan layanan-layanannya tidak lagi hanya dengan slogan layanan yang aman dan terpercaya, namun juga mampu memberikan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah yang telah berkembang searah dengan perkembangan teknologi dan gaya hidup.

Dari waktu ke waktu layanan keuangan selalu mengalami evolusi seperti di era sekarang, meskipun layanan keuangan sejak dulu sudah mendapatkan sentuhan teknologi seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debit dan lain sebagainya, tetapi di era sekarang lebih banyak muncul berbagai fitur layanan keuangan yang berbasis teknologi digital yang mulai bermunculan sehingga

diharapkan dapat menjawab kebutuhan masyarakat. Dengan semakin berkembangnya teknologi maka perilaku konsumen semakin banyak berubah. Karena dalam melakukan suatu transaksi, konsumen sekarang ini sangat mengedepankan aspek kemudahan, fleksibilitas, efisiensi dan kesederhanaan. Kenyataan ini merupakan tantangan bagi industri perbankan dan muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat nasabah mempunyai semakin banyak pilihan.

Adapun yang telah sampai kepada industri perbankan dan tidak terkecuali perbankan syariah adalah sebuah aplikasi *Mobile Banking* yang mana secara sederhana bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet. Menurut Kurniawati *et al.* (2017), *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, riwayat, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank.

*Mobile Banking* merupakan salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh Bank termasuk Bank Aceh Syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat tanpa harus datang ke Bank yang bersangkutan. Bank Aceh Syariah sebagai bank pertama di Aceh yang menerapkan prinsip syariah dalam muamalah telah lama memberikan kepercayaan dan kemitraan kepada

nasabah sehingga Bank Aceh Syariah ini mampu menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa perbankannya.

Pada kenyataannya manfaat dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* tidak selalu berjalan lurus dengan antusias nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dalam hal ini, minat untuk menggunakan *mobile banking* dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah persepsi-persepsi nasabah itu sendiri (Giga Bawa Laksana, 2015). Setiap orang mempunyai persepsi sendiri mengenai apa yang dipikirkan, dilihat dan dirasakan. Persepsi ini yang menentukan apa yang akan dilakukan seseorang untuk memenuhi berbagai kepentingannya. Kehadiran persepsi dalam penerimaan suatu teknologi memiliki pengaruh besar terhadap minat seseorang terkait menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tersebut. Adapaun persepsi-persepsi tersebut yaitu persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang terurai diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan Mobile Banking pada Bank Aceh Syariah”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?
4. Apakah persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?
5. Apakah pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking*
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*
5. Untuk mengetahui persepsi pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

## 1.4 Kegunaan Penelitian

### 1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan bagi peneliti dan menjadi referensi pengembangan ilmu yang akan datang

### 2. Bagi Akademisi

Menjadi informasi lapangan terkait pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking* pada Bank Aceh Syariah Cabang Meulaboh

### 3. Bagi Bank

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan pertimbangan dalam peningkatan layanan bank. Serta memberikan tambahan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi.

### 4. Bagi Nasabah

Memberikan tambahan informasi bagi nasabah bank dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*. Kemudian bagi nasabah yang belum pernah menggunakan layanan *mobile banking* dapat mengetahui kegunaan serta fungsi *mobile banking* sehingga dapat dimanfaatkan untuk kemudahan transaksi bagi nasabah dalam kehidupan sehari-hari.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini bertujuan untuk memberikan gambaran alur pemikiran penulisan penelitian dari awal hingga akhir. Adapun rancangan

pembahasan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bab yang terbagi menjadi sub bab yaitu :

**BAB I. Pendahuluan.** Bab ini terdiri dari Latar belakang masalah , rumusan masalah sebagai inti penelitian kemudian tujuan penelitian dan manfaat dari penelitian.

**BAB II. Kajian Pustaka.** Pada bab ini terdiri dari kajian pustaka yang berisi ringkasan penelitian terdahulu, memberi gambaran posisi penelitian terhadap peneliti yang lain. Selanjutnya kerangka teori sebagai bangunan teori dan konsep yang akan digunakan untuk menganalisis, kemudian kerangka penelitian sebagai telaan kritis untuk menghasilkan hipotesis. Terakhir adalah hipotesis yang berisi hipotesis penelitian yang diajukan untuk diteliti kebenarannya.

**BAB III. Metode Penelitian.** Pada bab ini membahas tentang metode penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yang meliputi : jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi konsep dan operasional, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian dan alat analisis.

**BAB IV Hasil Dan Pembahasan**

Bab ini berisikan tentang hasil hasil dan pembahasan yang diperoleh baik dalam bentuk fakta maupun sebagai hasil analisis.

**BAB V Kesimpulan Dan Saran**

Pada Bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dan saran dari masalah yang dibahas.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Definisi *Mobile Banking***

Menurut Ledesman (2018) *mobile banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Dengan adanya layanan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual, artinya kegiatan yang sebelumnya dilakukan nasabah dengan mendatangi bank, sekarang dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi gerai bank, hanya dengan menggunakan smartphone nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, *mobile banking* juga bertujuan agar nasabah tidak ketinggalan jaman dalam menggunakan media elektronik yang sudah modern dan juga bisa lebih memanfaatkan media handphone yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi tetapi juga dapat digunakan untuk berbisnis atau bertransaksi.

*Mobile banking* bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi keinginan pasar, memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi. Ada beberapa layanan yang digunakan nasabah dalam *mobile banking* seperti cek saldo, transfer antar rekening, mutasi transaksi, transfer, pembayaran tagihan, isi ulang pulsa, dan lain-lain. Keuntungan tersebut terutama apabila dilihat dari banyaknya waktu dan tenaga yang dapat dihemat karena *mobile banking* jelas dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja sepanjang penggunanya memiliki sarana pendukung untuk melakukan layanan *mobile banking* tersebut.

### 2.1.1. Fitur *Mobile Banking*

Fitur-fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat); dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.

### 2.1.2 Cara Kerja

Untuk menggunakan *mobile banking*, nasabah harus mendaftarkan diri terlebih dahulu ke bank untuk mendapatkan password. Nasabah dapat memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan cara mengakses menu yang telah tersedia pada *SIM Card* atau aplikasi yang terinstal di ponsel. Apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui menu yang telah tersedia pada *SIM Card*, nasabah dapat memilih menu sesuai kebutuhan kemudian nasabah akan diminta menginput *PIN SMS Banking* saat menjalankan transaksi. Sedangkan apabila nasabah menggunakan *mobile banking* melalui aplikasi yang terinstal di ponsel, nasabah harus mengunduh dan menginstal aplikasi pada telepon seluler terlebih dahulu. Pada saat membuka aplikasi tersebut, nasabah harus memasukkan password untuk login, kemudian nasabah dapat memilih menu transaksi yang tersedia dan diminta memasukkan *PIN* saat menjalankan transaksi.

## 2.2 Minat Penggunaan

Wibowo *et al* (2015), minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk



mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Menurut Pratama dan Suputra (2019:937) minat merupakan keinginan seseorang yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati, dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Sedangkan Menurut Jati (2019:31) Minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi.

### **2.2.1 Indikator Minat Penggunaan**

Menurut Ferdinand dalam Ferista W. (2014) terdapat 4 indikator dalam minat, yaitu sebagai berikut:

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya.
- d. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

### 2.3 Persepsi

Herlan & Yono (2013) Persepsi adalah suatu proses dengan cara apa seseorang melakukan pemilihan, penerimaan, pengorganisasian dan penginterpretasian atas informasi yang diterimanya dari lingkungan. Persepsi adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris guna memberikan arti bagi lingkungan. Persepsi adalah dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti (Kotler : 2013)

### 2.4 Persepsi Kegunaan

Menurut Cahyo (2014), kegunaan merupakan *capable of being used advantageously* atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Jadi, kegunaan adalah suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa penggunaan sebuah sistem akan mampu meningkatkan kinerja, menambah tingkat produktivitas dan efektivitas. Dalam konteks penggunaan *mobile banking*, kegunaan dapat dinyatakan bahwa penggunaan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja bagi nasabah yang menggunakannya. Seseorang akan menggunakan *mobile banking* apabila orang tersebut mempercayai bahwa *mobile banking* dapat memberikan kegunaan dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan. Oleh karena itu, kegunaan *mobile banking* mempengaruhi minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*.

#### 2.4.1 Indikator Persepsi Kegunaan

Yahyapour (2008) dalam Putri (2017) persepsi kegunaan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut :

1. meningkatkan produktivitas
2. menjadikan kerja lebih efektif
3. pekerjaan menjadi lebih cepat

## **2. 5 Persepsi Kemudahan**

Persepsi kemudahan dalam penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana individu percaya bahwa sistem teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan (Desmayanti,2012). Suatu sistem dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem tersebut. Kemudahan penggunaan dalam konteks ini bukan saja kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem tetapi juga mengacu pada kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau tugas dimana pemakaian suatu sistem dapat semakin memudahkan seseorang dalam bekerja dibanding mengerjakan secara manual (Risal, 2013)

### **2.5.1 Indikator Persepsi Kemudahan**

Widhiani (2018:2) ada 4 indikator kemudahan penggunaan, antara lain meliputi :

1. Mudah dipelajari (*ease to learn*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru dapat dengan mudah dipelajari.

2. Mudah digunakan (*easy to use*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru dapat dengan mudah untuk digunakan.

3. Jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.

4. Menjadi terampil (*become skillful*)

Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.

## **2.6 Persepsi Kepercayaan**

Maharani (2020) kepercayaan didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang membangun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi niat atau perilaku lain. Menurut Kassim and Abdullah tersebut kepercayaan dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam proses pembangunan dan pemeliharaan hubungan, meskipun juga diakui sebagai sulit untuk mengelola. Ketika kepercayaan dikonsepsikan sebagai dimensi model penerimaan teknologi, kepercayaan bisa dianggap memiliki pengaruh yang mencolok pada kesediaan pengguna untuk terlibat dalam pertukaan uang secara online dan sensitifitas informasi pribadi.

Mayer et al dalam Yunita (2019:28) faktor yang membentuk kepercayaan seseorang terhadap yang lain ada tiga yaitu kemampuan (*ability*), kebaikan hati (*benevolence*), dan integritas (*integrity*) Ketiga faktor tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kemampuan (*Ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/organisasi dalam mempengaruhi dan mengotorisasi wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, bagaimana penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.

b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dengan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimumkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata mengejar profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

c. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan kepada konsumen apakah benar sesuai dengan fakta atau tidak. Kualitas produk yang dijual apakah dapat dipercaya atau tidak.

### **2.6.1 Indikator Persepsi Kepercayaan**

Berdasarkan penelitian Adi (2013) terdapat empat indikator kepercayaan, yaitu:

1. Memberi informasi apa adanya
2. Kompensasi kerugian
3. Jaminan keamanan dalam transaksi
4. Jaminan kerahasiaan dalam transaksi

## **2.7 Persepsi Kenyamanan**

Pikkarainen et al dalam Rahayu (2019) menjelaskan bahwa kenyamanan merupakan keadaan dimana seseorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap menyenangkan untuk dirinya sendiri. Kenyamanan transaksi melalui internet merupakan faktor penting yang dipertimbangkan oleh nasabah sebelum mengadopsi *mobile banking*. Kenyamanan merupakan sejauh mana nasabah percaya bahwa *mobile banking* bisa dirasa dapat melayani kebutuhan nasabah, sehingga menimbulkan rasa nyaman disaat menggunakannya (Wangari, 2014).

Berry et al dalam Raphanwenda (2016:31) di dalam variabel kenyamanan juga terdapat dimensi kenyamanan yaitu :

- a. Kenyamanan akses

Kenyamanan akses merupakan persepsi konsumen terhadap biaya dan waktu untuk hal penyampaian jasa. Termasuk kemudahan pelanggan untuk memesan/atau meminta jasa atau layanan untuk menghubungi penyedia jasa, ataupun semacam pemesanan yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

b. Kenyamanan Transaksi

Kenyamanan Transaksi yaitu persepsi pelanggan terhadap waktu dan biaya untuk mengadakan sebuah transaksi. Pelayanan ini berfokus pada hak-hak yang didapatkan pelanggan. Kemudahan dalam sebuah proses transaksi akan menjadi nilai tambah tersendiri bagi konsumen.

c. Kenyamanan Manfaat

Kenyamanan manfaat merupakan persepsi pelanggan terhadap waktu, biaya, dan usaha untuk mengalami manfaat ini jasa. Secara tidak langsung pihak penyedia khususnya penyedia jasa harus memperhatikan manfaat yang akan diterima konsumennya karena apabila konsumen dapat dengan mudah merasakan manfaat atau hasil dari layanan jasa baik itu dalam segi waktu dan usaha, konsumen akan merasa dilayani dengan baik sehingga kepuasan pelanggan akan meningkat.

d. Kenyamanan setelah memperoleh manfaat

Kenyamanan setelah memperoleh manfaat merupakan persepsi pelanggan terhadap waktu, biaya, dan usaha untuk memakai kembali jasa atau menggunakan jasa website setelah tahap manfaat jasa. Faktor ini berhubungan dengan hal-hal yang perlu dilakukan konsumen seperti menyampaikan keluhan dan sebagainya. Harapan konsumen untuk tetap dilayani dengan baik walaupun telah melewati masa pembelian atau transaksi, apabila penyedia jasa mampu menjaga hubungan dengan konsumen

melalui pemberian kemudahan dan kenyamanan maka secara langsung tingkat kepuasan pelanggan terhadap penyedia jasa akan tinggi dan ini merupakan hal positif bagi perusahaan.

### **2.7.1 Indikator Persepsi Kenyamanan**

Beberapa indikator kenyamanan menurut Poon dalam Umar (2014), sebagai berikut:

- a. nasabah dapat mengakses internet banking kapanpun dan dimanapun
- b. nasabah tidak perlu mengantri
- c. hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional



## 2.8 Penelitian Terdahulu

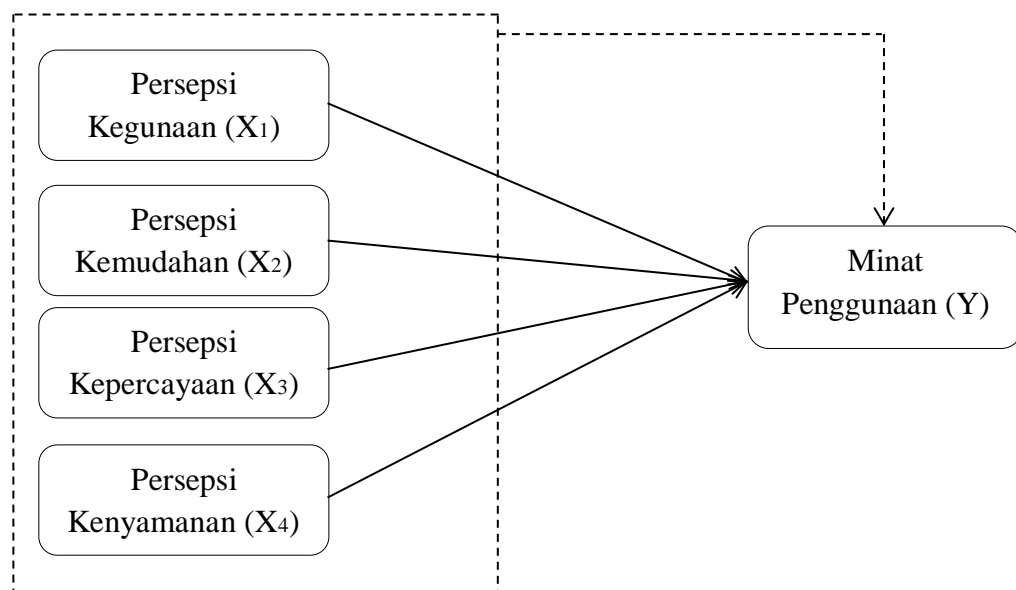
**Tabel 2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu**

| No. | Nama                           | Judul   | Variabel  | Hasil  |
|-----|--------------------------------|---|---|--|
| 1.  | Priestiani Putri Rahayu (2019) | Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta) | Pengaruh persepsi ( $X_1$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ), persepsi kepercayaan ( $X_3$ ), persepsi kenyamanan ( $X_4$ ), minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ) | temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan ( $X_1$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ), persepsi kemudahan ( $X_2$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ), persepsi kepercayaan ( $X_3$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ), dan persepsi kenyamanan ( $X_4$ ) berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking ( $Y$ ) |
| 2.  | Mohamad Irfan Bagastia (2018)  | Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai <i>Variabel Intervening</i>                                  | Kemudahan ( $X_1$ ), Kenyamanan ( $X_2$ ), Risiko ( $X_3$ ), Kepercayaan ( $Z$ ), Minat Nasabah ( $Y$ )   | Hasil analisis untuk model ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan dan risiko berpengaruh secara langsung terhadap minat menggunakan mobile banking, dan variabel kepercayaan memediasi variabel kemudahan dan risiko terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini berarti bahwa minat menggunakan layanan mobile banking dipengaruhi oleh kemudahan, risiko dan kepercayaan.   |

|    |                               |   |  |   |
|----|-------------------------------|---|--|---|
| 3. | Rezza Resita Hilmawati (2018) | Pengaruh Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Variabel Sikap Sebagai <i>Variabel intervening</i> | Persepsi Manfaat ( $X_1$ ), Persepsi Kemudahan ( $X_2$ ), Sikap ( $Z$ ), Minat ( $Y$ ) | Hasil uji statistik t menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat, persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat dan Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat. Berdasarkan hasil uji path analysis sikap tidak berpengaruh sebagai variabel mediasi antara persepsi manfaat terhadap minat. Dan sikap juga tidak berpengaruh sebagai variabel mediasi antara persepsi kemudahan terhadap minat. |
|----|-------------------------------|---|--|---|

## 2.9 Kerangka Pemikiran

Untuk mengetahui masalah yang akan diteliti, perlu adanya kerangka pemikiran landasan dalam meneliti masalah yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran dalam penelitian dan kerangka berfikir dengan skema hubungan variabel yang dapat dilihat pada gambar berikut :



**Ket : —> : Berpengaruh secara parsial**

**----> : Berpengaruh secara simultan**

(Sumber : Wulandari, dkk (2017), Mia Ulfatun Nadlifah (2018), Rozi, dkk (2019))

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.10 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atas permasalahan dalam penelitian dimana diperlukan data dan interpretasi data untuk menguji kebenaran hipotesis tersebut. Untuk membuktikan kebenaran suatu hipotesis, seorang peneliti dapat dengan sengaja menciptakan suatu gejala yakni melalui percobaan

atau penelitian. Dari gambaran kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

a. Hipotesis 1

H<sub>1</sub> : Diduga persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Aceh Barat dalam menggunakan *mobile banking*

b. Hipotesis 2

H<sub>2</sub> : Diduga persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Aceh Barat dalam menggunakan *mobile banking*

c. Hipotesis 3

H<sub>3</sub> : Diduga persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Aceh Barat dalam menggunakan *mobile banking*

d. Hipotesis 4

H<sub>4</sub> : Diduga persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat Aceh Barat dalam menggunakan *mobile banking*

e. Hipotesis 5

H<sub>5</sub> : Diduga persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian**

##### **3.1.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dimana data yang diperoleh atau data yang akan diteliti berupa angka-angka yang sifatnya pasti, sehingga data tersebut memungkinkan untuk dianalisis menggunakan pendekatan statistik. Menurut Sujarweni (2015: 39) penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).

Dalam penelitian ini penelitian yang dilakukan merupakan penelitian lapangan (*field research*), karena untuk mendapatkan data yang diinginkan dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan secara langsung dari nasabah dilapangan dengan cara membagikan kuesioner yang nantinya data tersebut akan diolah dan disajikan dalam bentuk penelitian.

##### **3.1.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank Aceh Syariah Cabang Meulaboh

Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari 2022 hingga selesai.

## 3.2 Populasi dan Sampel

### 3.2.1 Populasi

Menurut Sunyoto (2014: 48) Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek (satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Satuan atau individu disebut unit analisis, bisa berupa orang, rumah tangga, tanah pertanian dan sebagainya dalam bentuk yang bisa dipakai dalam survei.

Dalam penelitian kuantitatif, populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kemsipulannya (Sugiyono, 2016: 49)

Penentuan jenis populasi ini didasarkan atas alasan bahwa yang akan diuji adalah variabel yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking Bank Aceh Syariah. Populasi yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini adalah masyarakat Aceh Barat yang menggunakan *mobile banking*. Masyarakat Aceh Barat yang menggunakan *mobile banking* tidak diketahui.

### 3.2.2 Sampel

Menurut Sunyoto (2014: 48) sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *non probability sampling*, karena

populasi yang diteliti infinite (populasi yang jumlah dan identitas anggota populasi tidak diketahui)

Adapun teknik penarikan sampel yang digunakan adalah teknik accidental sampling, yakni sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut dipandang cocok sebagai sumber data (Sujarweni, 2015: 87). Menurut Ferdinand (2014, p. 171), sampel adalah subset dari populasi yang terdiri dari beberapa anggota populasi, dengan meneliti sampel maka dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi.

Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah dihitung menggunakan rumus Lemeshow (Lemeshow, Hosmer, Klar, dan Lwanga, 1994). Rumus Lemeshow digunakan untuk menghitung sampel dalam keadaan populasi tidak diketahui. Perhitungan yang digunakan adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Nilai distribusi z pada CI 5%

P = Probabilitas maksimal estimasi

d = Alpha

$$n = \frac{1,64 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,05^2} = 96 \text{ sampel}$$

Berdasarkan rumus n tersebut maka n yang didapatkan adalah 96 atau besarnya sampel yang digunakan penelitian ini dibulatkan sebanyak 100 orang.

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel bertujuan untuk mendeteksi sudah sejauh mana variabel faktor-faktor lain dan juga memperjelas dalam membahas penelitian yang segera dilakukan.

Tabel 3.1 Operasional dan Indikator Variabel

| Variabel                              | Definisi   | Indikator   | Skala  |
|---------------------------------------|--|---|--------|
| Minat Pengguna an (Y)                 | Minat penggunaan teknologi informasi adalah sebagai tingkatan keinginan atau niat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi informasi secara terus-menerus dengan asumsi bahwa orang tersebut memiliki akses terhadap teknologi informasi. Jati (2019:31) | 1. Minat transaksional<br>2. Minat refrensial<br>3. Minat preferensial<br>4. Minat eksploratif  | Likert |
| Persepsi Kegunaan (X <sub>1</sub> )   | Kegunaan merupakan <i>capable of being used advantageously</i> atau dapat digunakan untuk tujuan yang menguntungkan. Cahyo (2014)  | 1. Meningkatkan produktivitas<br>2. Menjadikan kerja lebih efektif<br>3. Pekerjaan menjadi lebih cepat  | Likert |
| Persepsi Kemudah an (X <sub>2</sub> ) | Kemudahan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana individu percaya bahwa system teknologi dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Desmayanti (2012)   | 1. Mudah dipelajari ( <i>ease to learn</i> )<br>2. Mudah digunakan ( <i>easy to use</i> )<br>3. Jelas dan mudah dimengerti ( <i>clear and</i> | Likert |



|  |  |   |        |
|--|--|---|--------|
|  |  | <i>understandable</i> )<br>4. Menjadi terampil<br>( <i>become skillful</i> )  |        |
| Persepsi Kepercayaan (X <sub>3</sub> ) | kepercayaan didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang membangun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi niat atau perilaku lain. Maharani (2020)                                     | 1. Memberi informasi apa adanya<br>2. Kompensasi kerugian<br>3. Jaminan keamanan<br>4. Jaminan kerahasiaan dalam transaksi  | Likert |
| Persepsi Kenyamanan (X <sub>4</sub> )  | Kenyamanan merupakan keadaan dimana seseorang individu menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitasnya dan dianggap menyenangkan untuk dirinya sendiri. Pikkarainen et al dalam Rahayu (2019) | 1. Nasabah dapat mengakses internet banking kapanpun dan dimanapun<br>2. Nasabah tidak perlu mengantri<br>3. Hemat waktu jika dibandingkan dengan cara konvensional | Likert |

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

#### 3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif yaitu data jawaban responden dari kuesioner yang akan disajikan dalam bentuk angka dan akan diolah menggunakan aplikasi SPSS.

#### 3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Sumber data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung pada objek penelitian yaitu masyarakat agraris Aceh Barat yang menjadi nasabah pengguna mobile banking pada Bank Aceh Syariah Cabang Meulaboh

dengan menyebarkan kuesioner yang masih harus diolah kembali untuk mendapatkan data yang akan digunakan.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Menurut Surjaweni (2015: 94) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

### **3.6 Skala Pengukuran**

Menurut Sugiono (2011: 92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Data yang dianalisis dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan penulis untuk mengukur instrumen penelitian adalah skala Likert.

Menurut Sugiyono (2019: 146) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan menggunakan skala likert dengan bentuk checklist, dimana setiap pertanyaan atau pernyataan mempunyai 5 opsi yaitu :

**Tabel 3.2**  
**Skala Likert**

| Pernyataan          | Bobot |
|---------------------|-------|
| Sangat Setuju       | 5     |
| Setuju              | 4     |
| Kurang Setuju       | 3     |
| Tidak Setuju        | 2     |
| Sangat Tidak Setuju | 1     |

### 3.7 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2017). Untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen pada umumnya digunakan standar perbandingan antara nilai  $r$  tabel dengan  $r$  hitung pada taraf kepercayaan 95 % atau tingkat signifikan 5 %.

Tujuan melakukan uji validitas yaitu untuk mengetahui sejauh apa tingkat ketepatan dari sebuah alat ukur yang ingin diukur dan memastikan ketepatan pengukuran dari penelitian ini mampu mengukur variabel-variabel yang ditetapkan. Apabila alat ukur yang sudah disusun berdasarkan teori alat ukur, maka secara logis sudah valid/berhasil.

Kriteria yang digunakan adalah :

1. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid

### **3.7.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner (Sujarweni, 2015: 110). Uji realibilitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Pengujian Uji Reabilitas dilakukan dengan bantuan program komputer yaitu *Statistical Produk Service For Solution* (SPSS), teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas adalah teknik cronbach alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha  $>$  0,60 (Ghozali,2016)

### **3.7.3 Uji Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian asumsi klasik lebih dulu supaya data sampel yang diolah dapat benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heterokedastisitas.

#### **3.7.3.1 Uji Normalitas Residual**

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah dalam penelitian memiliki sebaran distribusi

normal atau tidak. Uji normalitas ini menggunakan teknik Kolmogrov-Smirnov. Jika variabel residual tidak terdistribusi normal, maka uji statistik t dan F menjadi tidak valid. Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ .

### 3.7.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Metode yang digunakan adalah grafik scatter plot dan metode glejser yang dilakukan dengan meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai antara variabel independen dengan absolut residualnya  $> 0,05$  maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas :

- a. Jika terdapat pola tertentu (misalnya bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

### **3.7.3.3 Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2013 : 105), uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

### **3.7.4 Uji Hipotesis**

Uji hipotesis adalah suatu prosedur yang berdasarkan pada buku sampel dan teori probabilitas yang dipakai untuk menentukan apakah hipotesis yang bersangkutan merupakan pernyataan yang wajar dan maka dari itu tidak ditolak, atau hipotesis tersebut tidak wajar dan maka dari itu harus ditolak. Uji hipotesis dilakukan untuk menguji adanya pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking.

#### **3.7.4.1 Analisis Regresi Berganda**

Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yaitu melihat pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking. Maksudnya adalah analisis regresi berganda melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Model persamaan regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

**Dimana :**

**Y** = variabel terikat (**minat penggunaan**)

**A** = konstanta

**b1, b2, b3, b4** = koefisien regresi

**X1** = persepsi kegunaan

**X2** = persepsi kemudahan

**X3** = persepsi kepercayaan

**X4** = persepsi kenyamanan

**e** = random error

#### **3.7.4.2 Koefisien Determinan**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Klasifikasi koefisien korelasi yaitu, 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat), 1.00 (korelasi sempurna). Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel- variabel dependen amat terbatas. Nilai yang

mendekati satu berarti variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018:97).

#### **3.7.4.3 Uji Signifikan Parameter Individual (uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Kriteria pengujian ini ditetapkan berdasarkan probabilitas. Apabila tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5 persen, dengan kata lain jika probabilitas  $H_a > 0,05$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas  $H_a < 0,05$  maka dinyatakan signifikan (Ghozali, 2018).

#### **3.7.4.4 Uji F (Simultan)**

Menurut Ghozali (2013:96) uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama- sama terhadap variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Taraf signifikansi ( $\alpha$ )  $> 0,05$
- b. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterim artinya variabel (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikansi terhadap variabel dependen (Y)



c. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Aceh Syariah**

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintahan Daerah Peralihan Propinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Daerah Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapatkan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) pada tanggal 19 november 1958 di dirikan PT. Bank Kesejahteraan Atjeh, NV dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000

Pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Propinsi Daerah Istimewa Aceh membuat Peraturan Daerah No. 12 tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Sepuluh tahun kemudian, pada tanggal 7 April 1973 kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No.54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang di anggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Pada tanggal 2 Maret 1999 bentuk hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh menjadi PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah

disahkan oleh Menteri Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 584.21.343 tanggal 31 Desember 1999. Perubahan bentuk menjadi PT ditetapkan dengan akta notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT. Bank BPD Aceh. Dalam akte pendirian ditetapkan modal dasar PT. Bank BPD Aceh ditambah menjadi Rp. 500 Milyar.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 bahwa Bank Aceh melakukan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulain dnegan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Izin operasional konversi ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisioner OJK No. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional menjadi Bank Umum Syariah PT. Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisioner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh.

Sejak tanggal 19 September 2016 secara serentak sistem operasional Bank Umum Syariah di terapkan pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Kantor pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr.Mohd. Hasan No.89 Botoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir 2017 , Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang

Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah propinsi Aceh termasuk di Kota Medan (2 Kantor Cabang, 2 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi sesuai kebutuhan.

Riwayat dan Perubahan Nama Serta Badan Hukum :

- 19 Nopember 1958 : NV. Bank Kesejahteraan Atjeh (BKA)
- 6 Agustus 1973 : Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (BPD IA)
- Februari 1993 : PD. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh (PD. BPD IA)
- 7 Mei 1999 : PT. Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, disingkat menjadi: PT. Bank BPD Aceh
- 29 September 2010 : PT. Bank Aceh
- 19 September 2016: PT. Bank Aceh Syariah

#### **4.1.2 Visi Misi dan Motto**

##### **Visi**

Menjadikan “Bank Syariah terdepan dan terpercaya dalam pelayanan di Indonesia”

##### **Misi**

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporas

3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan stakeholders untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (syumul)
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.
5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

### **Motto**

“Kepercayaan dan Kemitraan”

Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut.

Kemitraan adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pengembangan dan pembinaan secara berkelanjutan,

### **4.1.3 Produk dan Layanan**

Peningkatan pelayanan kepada nasabah merupakan prioritas utama Bank Aceh Syariah dalam memberikan layanan berkualitas dan tulus kepada seluruh nasabahnya. Dengan keyakinan inilah Bank Aceh Syariah senantiasa terus berupaya meningkatkan kualitas layananannya terutama pada bagian front office sebagai lini terdepan Bank Aceh Syariah yang mampu memberikan citra terbaik bank di mata nasabah. Sebagai bentuk upaya yang dilakukan untuk peningkatan

kualitas layanan dalam memotivasi seluruh frontliner, Bank Aceh Syariah juga setiap tahunnya mengadakan event Bank Aceh Service Excellence Award (BASEA) yaitu sebuah kompetisi internal bank dalam mencari frontliner (kategori Customer Servicer, Teller dan Security) terbaik, memiliki skill dan konsisten dalam mengimplementasikan Standar Layanan Bank Aceh Syariah.

Disamping pelayanan prima yang menjadi prioritas utama, Bank Aceh Syariah juga tidak serta merta mengesampingkan perkembangan-perkembangan fitur produk bank yang menjadi target pasar Bank Aceh Syariah dalam penghimpun dan penyaluran dana. Bank Aceh Syariah terus melakukan perkembangan terhadap fitur produk bank sesuai dengan kebutuhan nasabahnya.

Sampai saat ini produk dan jasa PT. Bank Aceh Syariah adalah sebagai berikut :

a. Penghimpunan Dana

1. Giro

- a. Giro Wadiah; Sarana penyimpanan dana dalam bentuk mata uang rupiah pada Bank Aceh Syariah yang pengelolaan dananya berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah Yad Dhamanah, yaitu dana titipan murni nasabah kepada Bank yang dapat diambil setiap saat dengan menggunakan media Cheque dan Bilyet Giro.
- b. Giro Mudharabah; Giro adalah simpanan dalam rupiah Pihak Ketiga, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan cheque, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan perintah pemindahbukuan

(misalnya Bilyet Giro, Warkat Kliring, dll).Giro Mudharabah terdiri dari:

Giro Pemerintah Pusat

- Giro Pemerintah Daerah
  - Giro BUMN/BUMD
  - Giro Pemerintah Campuran
  - Giro Perusahaan Umum (Pribumi)
  - Giro Perusahaan Umum (Non Pribumi)
  - Giro Yayasan/Badan Sosial/ Koperasi
  - Giro Perorangan (Pribumi)
  - Giro Perorangan (Non Pribumi)
  - Giro Antar Bank
  - Giro Lainnya
2. Deposito Mudharabah
  3. Simpanan Pembangunan Daerah (SIMPEDA iB)
  4. Tabungan Aneka Guna (TAG iB)
  5. Tabungan Seulanga iB
  6. Tabungan Firdaus iB
  7. Tabungan Sahara iB
  8. TabunganKu iB
  9. Tabungan Pensiun iB
  10. Tabungan Simpel iB

#### b. Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Murabahah
2. Pembiayaan Musyarakah

3. Pembiayaan Mudharabah
4. Pembiayaan Qardhul Hasan
5. Pembiayaan Rahn
6. Pembiayaan Ijarah.

c. Mobile Banking “ACTION”

Action (Aceh Transaksi Online) yaitu mobile banking terbaru dari Bank Aceh Syariah guna memberikan kemudahan bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Aplikasi yang dapat diunduh secara gratis di Appstore maupun Playstore ini dilengkapi fitur transaksi yang ringkas dan nyaman sehingga tepat bagi yang memiliki mobilitas tinggi.

Para nasabah dapat melakukan registrasi mandiri pada aplikasi Action. Proses registrasi dan login Action Mobile Banking dapat langsung dilakukan melalui smartphone setelah mengunduh aplikasi Action Mobile Banking dari Google Play Store. Dengan alur sebagai berikut registrasi, login dan membuat MPIN (Mobile Banking PIN).

Tahap pertama, registrasi merupakan proses verifikasi terhadap nomor handphone, nomor kartu ATM, dan PIN ATM sesuai dengan data nasabah yang terdaftar di sistem Bank Aceh. Apabila verifikasi data berhasil, kode OTP akan dikirimkan ke nomor handphone nasabah. Selanjutnya nasabah membuat username dan password sebagai pengenalan untuk masuk kedalam aplikasi Action Mobile Banking.

Kedua, login terdiri atas username dan password yang sudah dibuat saat proses registrasi. Dan ketiga, membuat MPIN atau Mobile Banking PIN sebagai



otorisasi pada saat nasabah melakukan approval transaksi di Action. MPIN tidak boleh diketahui oleh orang lain termasuk pihak Bank Aceh.

Apabila terdapat kesulitan dalam melakukan proses registrasi maka dapat menghubungi Contact Center 1500845 atau mengunjungi Kantor Cabang atau Cabang Pembantu (Capem) atau Kas Bank Aceh terdekat.

#### d. Lainnya

MEPS (Malaysian Exchange Payment System), Transfer, Kliring, RTGS, Inkaso, Penerimaan BPIH/SISKOHAT, Penerimaan Pajak, Jaminan Pelaksana, Jaminan Penawaran, Jaminan Uang Mukad, Referensi Bank, Layanan ATM, Layanan ATM Bersama, Pembayaran Telepon, Pembayaran Listrik, Pembayaran Tagihan Ponsel, Pengisian Pulsa Ponsel, Pembayaran Pensiun, Pengelolaan Dana kebajikan, Pengiriman uang ke Luar Negeri

## 4.2 Karakteristik Responden

### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase % |
|---------------|------------------|--------------|
| Perempuan     | 40               | 40           |
| Laki-laki     | 60               | 60           |
| Jumlah        | 100              | 100          |

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden pada masyarakat agraris Aceh Barat yang memakai mobile banking seperti yang tersaji pada Tabel 4.1 di atas dapat dijelaskan 40% dari jumlah mereka berjenis kelamin perempuan dan sisa 60% lainnya berjenis kelamin laki-laki.

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

| Umur   | Jumlah Responden | Persentase % |
|--------|------------------|--------------|
| 17-25  | 10               | 10%          |
| 26-35  | 32               | 32%          |
| 36-45  | 51               | 51%          |
| 46-60  | 7                | 7%           |
| Jumlah | 100              | 100          |

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan layanan jasa *mobile banking* pada Bank Aceh Syariah di Aceh Barat usia 17-25 sebesar 10%, usia 26-35 sebesar 32%, usia 36-45 sebesar 51% dan usia 46-60 sebesar 7%. Kenyataan ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat agraris Aceh Barat yang mengakses layanan *mobile banking* berusia antara 36-45 tahun. Hal ini dikarenakan kelompok nasabah ini termasuk dalam kelompok produktif dan memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga untuk memudahkan transaksi responden ini sangat membutuhkan jasa layanan *mobile banking*.

### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| Pekerjaan     | Jumlah Responden | Persentase % |
|---------------|------------------|--------------|
| Petani        | 2                | 2%           |
| Swasta        | 11               | 11%          |
| Wiraswasta    | 37               | 37%          |
| PNS/TNI/POLRI | 49               | 49%          |
| Lainnya       | 11               | 11%          |
| Jumlah        | 100              | 100          |

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden yang menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Aceh Syariah di Aceh Barat sebesar 2 orang atau 2% bekerja sebagai petani, swasta sebanyak 11 orang atau 11%, selanjutnya wiraswasta sebanyak 37 orang atau 37%, PNS/TNI/POLRI sebanyak 49 orang atau 49% dan lainnya sebanyak 11 orang atau 11%. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menggunakan layanan *mobile banking* didominasi oleh nasabah yang berstatus sebagai PNS/TNI/POLRI.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah Responden | Persentase % |
|------------|------------------|--------------|
| SMA        | 17               | 17%          |
| D-II       | 6                | 6%           |
| D-III      | 15               | 15%          |
| S1         | 57               | 57%          |
| S2         | 3                | 3%           |
| S3         | 2                | 2%           |
| Jumlah     | 100              | 100%         |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa layanan *mobile banking* pada Bank Aceh Syariah Aceh Barat yaitu sebesar 17 orang atau 17% berpendidikan SMA, 6 orang atau 6% berpendidikan D-II, 15 orang atau 15% berpendidikan D-III, 57 orang atau 57% berpendidikan S1, 3 orang atau 3% berpendidikan S2 dan 2 orang atau 2% berpendidikan S3.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian *Mobile Banking*

Tabel 4.5

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian *Mobile Banking*

| Lama Pemakaian  | Jumlah Responden | Persentase % |
|-----------------|------------------|--------------|
| 1-6 bulan       | 37               | 37%          |
| 6 bulan-1 tahun | 42               | 42%          |
| >1 tahun        | 21               | 21%          |
| Jumlah          | 100              | 100          |

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa layanan *mobile banking* pada Bank Aceh Syariah Aceh Barat yaitu sebesar 37 orang atau 37% telah menggunakan *mobile banking* selama 1-6 bulan, 42 orang atau 42% telah menggunakan *mobile banking* selama 6-1 tahun dan sebanyak 21 orang atau 21% telah menggunakan *mobile banking* selama >1 tahun.

### 4.3 Analisis Deskriptif

Deskripsi variabel penelitian ini untuk mengetahui sebaran skor, mean dan standar deviasi pada kuesioner yang telah disebarakan kepada responden.

**Tabel 4.6**  
**Analisis Deskriptif**

| Descriptive Statistics |     |         |         |         |                |
|------------------------|-----|---------|---------|---------|----------------|
|                        | N   | Minimum | Maximum | Mean    | Std. Deviation |
| P.Kegunaan             | 100 | 7.00    | 15.00   | 11.5300 | 2.16704        |
| P.Kemudahan            | 100 | 7.00    | 18.00   | 13.2800 | 2.46626        |
| P.Kepercayaan          | 100 | 9.00    | 20.00   | 15.6200 | 2.82764        |
| P.Kenyamanan           | 100 | 6.00    | 15.00   | 11.2800 | 2.28336        |
| Minat Penggunaan       | 100 | 6.00    | 20.00   | 14.9700 | 2.93518        |
| Valid N (listwise)     | 100 |         |         |         |                |

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Dari hasil analisis data di atas, maka dapat disimpulkan deskriptif masing – masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Persepsi Kegunaan (X1) memiliki nilai minimum sebesar 7 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kegunaan adalah sebesar 7. Nilai maksimumnya sebesar 15 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas persepsi kegunaan adalah sebesar 15.

Nilai rata – rata persepsi kegunaan adalah sebesar 11.5300 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kegunaan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 11.5300. Sedangkan standar deviasi sebesar 2.16704 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kegunaan adalah sebesar 2.16704 dari 100 responden.

2. Persepsi Kemudahan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 7 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kemudahan adalah sebesar 7. Nilai maksimumnya sebesar 18 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas persepsi kemudahan adalah sebesar 18. Nilai rata – rata persepsi kemudahan adalah sebesar 13.2800 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kemudahan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 13.2800. Sedangkan standar deviasi sebesar 2.46626 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 2.46626 dari 100 responden.
3. Persepsi Kepercayaan (X3) memiliki nilai minimum sebesar 9 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kepercayaan adalah sebesar 9. Nilai maksimumnya sebesar 20 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas persepsi kepercayaan adalah sebesar 20. Nilai rata – rata persepsi kepercayaan adalah sebesar 15.6200 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi

kepercayaan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 15.6200. Sedangkan standar deviasi sebesar 2.82764 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kepercayaan adalah sebesar 2.82764 dari 100 responden.

4. Persepsi Kenyamanan (X4) memiliki nilai minimum sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kenyamanan adalah sebesar 6. Nilai maksimumnya sebesar 15 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas persepsi kenyamanan adalah sebesar 15. Nilai rata – rata persepsi kenyamanan adalah sebesar 11.2800 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kenyamanan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 11.2800. Sedangkan standar deviasi sebesar 2.28336 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kenyamanan adalah sebesar 2.28336 dari 100 responden.
5. Minat Penggunaan (Y) memiliki nilai minimum sebesar 6 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas minat penggunaan adalah sebesar 6. Nilai maksimumnya sebesar 20 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas minat penggunaan adalah sebesar 20. Nilai rata – rata minat penggunaan adalah sebesar 14.9700 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat penggunaan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 14.9700. Sedangkan standar deviasi sebesar 2.93518 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran

data dari variabel minat penggunaan adalah sebesar 2.93518 dari 100 responden.

#### 4.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 20. Uji validitas digunakan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dapat dinyatakan valid atau tidak. Pengujian validitas dilakukan dengan analisis korelasi *product moment*. Kriteria pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi *product moment* tiap item dengan  $r$  table. Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  table maka butir instrument tersebut dinyatakan valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $<$   $r$  table maka butir dinyatakan tidak valid.

Hasil uji validitas ditunjukkan pada Tabel berikut :

**Tabel 4.7**

##### Uji Validitas

| Variabel       | Indikator | R hitung | R table | Ket.  |
|----------------|-----------|----------|---------|-------|
| P. Kegunaan    | X1.1      | 0.517    | 0.195   | Valid |
|                | X1.2      | 0.571    | 0.195   | Valid |
|                | X1.3      | 0.552    | 0.195   | Valid |
| P. Kemudahan   | X2.1      | 0.207    | 0.195   | Valid |
|                | X2.2      | 0.813    | 0.195   | Valid |
|                | X2.3      | 0.649    | 0.195   | Valid |
|                | X2.4      | 0.813    | 0.195   | Valid |
| P. Kepercayaan | X3.1      | 0.672    | 0.195   | Valid |
|                | X3.2      | 0.623    | 0.195   | Valid |



|                     |      |       |       |       |
|---------------------|------|-------|-------|-------|
|                     | X3.3 | 0.607 | 0.195 | Valid |
|                     | X3.4 | 0.497 | 0.195 | Valid |
| P.Kenyamanan        | X4.1 | 0.402 | 0.195 | Valid |
|                     | X4.2 | 0.576 | 0.195 | Valid |
|                     | X4.3 | 0.594 | 0.195 | Valid |
| Minat<br>Penggunaan | Y1   | 0.657 | 0.195 | Valid |
|                     | Y2   | 0.711 | 0.195 | Valid |
|                     | Y3   | 0.648 | 0.195 | Valid |
|                     | Y4   | 0.651 | 0.195 | Valid |

Sumber: Data primer diolah, 2022

Dari tabel 4.7 dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan mempunyai  $r$  hitung  $>$  dari 0.195. dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid. Artinya seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrument penelitian dinyatakan layak sebagai instrument untuk mengukur data penelitian.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrument penelitian dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien *Cronbach alpha*. Jika nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0.60 maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian tersebut handal dan reliable (Ghozali, 2013). Hasil uji reliabilitas sebagai berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel         | Koefisien Cronbach Alpha | Standar Koefisien | Keterangan |
|------------------|--------------------------|-------------------|------------|
| P. Kegunaan      | 0.725                    | 0.60              | Reliabel   |
| P.Kemudahan      | 0.769                    | 0.60              | Reliabel   |
| P.Kepercayaan    | 0.788                    | 0.60              | Reliabel   |
| P.Kenyamanan     | 0.701                    | 0.60              | Reliabel   |
| Minat Penggunaan | 0.834                    | 0.60              | Reliabel   |

*Sumber: Data primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai Cronbach alpha diatas 0,60 sehingga dapat disimpulkan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel (dapat diandalkan) sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

#### 4.5 Uji Asumsi Klasik

##### 4.5.1 Uji Normalitas

Untuk menguji data yang berdistribusi normal, dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan uji statistik *Kolmogorov-smirnov*. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai *Asymp.sig (2-tailed)* > 0,05. Berikut tabel hasil uji statistik *Kologorov-smirnov*.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                | Unstandardized<br>Residual |
|------------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                  |                | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           | 0E-7                       |
|                                    | Std. Deviation | 2.09018868                 |
|                                    | Absolute       | .066                       |
| Most Extreme Differences           | Positive       | .066                       |
|                                    | Negative       | -.042                      |
| Kolmogorov-Smirnov Z               |                | .659                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                | .778                       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

*Sumber: Data primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil perhitungan yang ada pada tabel diatas menunjukkan nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,778 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

#### 4.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik sebenarnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya. Dengan melihat nilai tolerance, nilai yang dihasilkan harus diatas 10% (0,1) dan menggunakan VIF (Variance Inflation Factor) nilai yang dihasilkan harus kurang dari 10 (Ghozali, 2013). Berikut hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini :

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Model                | Collinearity Statistics |       |
|----------------------|-------------------------|-------|
|                      | Tolerance               | VIF   |
| Persepsi Kegunaan    | 0.734                   | 1.362 |
| Persepsi Kemudahan   | 0.895                   | 1.117 |
| Persepsi Kepercayaan | 0.884                   | 1.132 |
| Persepsi Kenyamanan  | 0.735                   | 1.360 |

*Sumber: Data primer diolah, 2022*

Berdasarkan Tabel 4.10 menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memiliki VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10. Dengan demikian model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung gejala multikolinieritas atau dengan kata lain  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### **4.5.3 Uji Heteroskedastisitas**

Penelitian ini menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gleiser. Dalam uji gleiser jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini :

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)                | 2.999                       | 1.159      |                           | 2.588  | .011 |
| 1 P.Kegunaan              | -.020                       | .059       | -.041                     | -.347  | .730 |
| P.Kemudahan               | .032                        | .061       | .057                      | .532   | .596 |
| P.Kepercayaan             | -.060                       | .051       | -.126                     | -1.172 | .244 |
| P.Kenyamanan              | -.060                       | .063       | -.112                     | -.956  | .342 |

a. Dependent Variable: RES\_2

*Sumber: Data primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji gleiser, maka dapat diketahui variabel Persepsi Kegunaan menunjukkan nilai sig. sebesar 0.730, variabel Persepsi Kemudahan menunjukkan nilai sig. sebesar 0,596, variabel Persepsi Kepercayaan menunjukkan nilai sig. sebesar 0,244 dan variabel Persepsi Kenyamanan menunjukkan nilai sig. sebesar 0,342. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai nilai sig. > 0,05 maka dapat dikatakan model yang digunakan bebas dari heteroskedastistas.

#### **4.6 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013).

**Tabel 4.12**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |        |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|--------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig.   |      |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |        |      |
|                           | (Constant)                  | .071       | 1.172                     |       | .060   | .952 |
| 1                         | P.Kegunaan                  | .509       | .107                      | .376  | 4.764  | .000 |
|                           | P.Kemudahan                 | .306       | .069                      | .257  | 4.409  | .000 |
|                           | P.Kepercayaan               | -.183      | .081                      | -.177 | -2.272 | .025 |
|                           | P.Kenyamanan                | .694       | .104                      | .540  | 6.680  | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.071 + 0.509X_1 + 0.306X_2 + -0.183X_3 + 0.694X_4 + e$$

Dari hasil persamaan regresi linier dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0.071 memberi pengertian jika seluruh variabel independen sama dengan nol (0), maka besarnya minat penggunaan mobile banking sebesar 0.071 satuan.
2. Untuk variabel persepsi kegunaan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.509 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel persepsi kegunaan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan mobile banking akan meningkat sebesar 0.509 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.
3. Untuk variabel persepsi kemudahan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.306 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel persepsi kemudahan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan mobile

banking akan meningkat sebesar 0.306 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

4. Untuk variabel persepsi kepercayaan, diperoleh nilai koefisien sebesar -0.183 dengan tanda negatif yang berarti apabila pada variabel persepsi kepercayaan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan mobile banking akan turun sebesar -0.183 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

5. Untuk variabel persepsi kenyamanan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.694 dengan tanda positif yang berarti apabila pada variabel persepsi kenyamanan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan mobile banking akan meningkat sebesar 0.694 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan.

#### **4.7 Uji Hipotesis**

##### **4.7.1 Uji Parsial (Uji t)**

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda dapat ditunjukkan dalam tabel 4.13 :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Parsial**

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |        |      |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)                | .071                        | 1.172      |                           | .060   | .952 |
| 1 P.Kegunaan              | .509                        | .107       | .376                      | 4.764  | .000 |
| P.Kemudahan               | .306                        | .069       | .257                      | 4.409  | .000 |
| P.Kepercayaan             | -.183                       | .081       | -.177                     | -2.272 | .025 |
| P.Kenyamanan              | .694                        | .104       | .540                      | 6.680  | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Tabel 4.13 menjelaskan secara parsial hasil output pengolahan data melalui SPSS dan penjelasan untuk tiap-tiap variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Persepsi Kegunaan (X1)

Pengujian pada hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi koefisien regresi dari variabel Persepsi Kegunaan. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0.509 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  maka koefisien regresi tersebut signifikan karena nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan sehingga hipotesis pertama diterima.

2. Pengujian Hipotesis Variabel Persepsi Kemudahan (X2)

Pengujian pada hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi koefisien regresi dari variabel Persepsi Kemudahan. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0.306 dan nilai



signifikansi sebesar 0.000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  maka koefisien regresi tersebut signifikan karena nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan sehingga hipotesis kedua diterima.

### 3. Pengujian Hipotesis Variabel Persepsi Kepercayaan (X3)

Pengujian pada hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi koefisien regresi dari variabel Persepsi Kepercayaan. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui nilai koefisien regresi sebesar -0.183 dan nilai signifikansi sebesar 0.025. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  maka koefisien regresi tersebut signifikan karena nilai signifikansi sebesar  $0.025 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Minat Penggunaan sehingga hipotesis ketiga ditolak.

### 4. Pengujian Hipotesis Variabel Persepsi Kenyamanan (X4)

Pengujian pada hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan signifikansi koefisien regresi dari variabel Persepsi Kenyamanan. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui nilai koefisien regresi sebesar 0.694 dan nilai signifikansi sebesar 0.000. Pada tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  maka koefisien regresi tersebut signifikan karena nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal ini membuktikan bahwa Persepsi Kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Penggunaan sehingga hipotesis keempat diterima.

#### 4.7.2 Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji F bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |        |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.              |
| Regression         | 609.888        | 4  | 152.472     | 59.603 | .000 <sup>b</sup> |
| 1 Residual         | 243.022        | 95 | 2.558       |        |                   |
| Total              | 852.910        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), P.Kenyamanan, P.Kemudahan, P.Kepercayaan, P.Kegunaan

*Sumber: Data Primer diolah, 2022*

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.14, maka nilai F sebesar 59.603 lebih besar dari f tabel sebesar 2.466476, dengan tingkat signifikansi 0.000 atau  $< 0.05$  maka secara simultan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

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

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | .846 <sup>a</sup> | .715     | .703              | 1.59941                    |

Koefisien determinan ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Semakin besar nilai koefisien maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai koefisien maka semakin kecil pula kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinan ditunjukkan dengan nilai adjusted R square. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Hasil analisis uji determinasi dihasilkan nilai adjusted r square sebesar 0.703. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa besarnya kemampuan model dalam hal ini variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya 29,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

## **4.9 Pembahasan**

### **4.9.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Penggunaan**

Pada hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat di ambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Besar nilai p-value adalah 0.000 dengan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ . Maka hasil dari p-value tersebut signifikan karena  $0.000 < 0.05$ . Persepsi kegunaan pada penelitian ini variabel berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. . Penelitian ini menjelaskan hasil bahwa sebagian besar nasabah mempunyai persepsi baik terhadap Persepsi kegunaan dalam

menggunakan *mobile banking*. Perusahaan dapat mempertahankan kualitas produknya yang dimiliki, namun juga dapat memberikan inovasi baru dan perbaikan-perbaikan dari segi kualitas produk dan segi teknis dari *mobile banking* agar konsumen memiliki persepsi yang lebih kuat lagi terhadap *mobile banking*. Perusahaan harus bisa membuat nasabah meyakini bahwa berbagai macam kegunaan yang terkandung di dalam *mobile banking* menghasilkan kegunaan yang sesuai harapan nasabah serta kegunaan-kegunaan dari sistem tersebut benar-benar dirasakan positif dari para pengguna yang mampu memberikan kontribusi dalam kegiatan sehari – hari dalam urusan bertransaksi di perbankan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrul Rozi (2019), Abi Fadlan (2018) dan Hanif *et al*(2017) yang menyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

#### **4.9.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Penggunaan**

Hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Besar nilai p-value adalah 0.000 dengan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ . Maka hasil dari p-value tersebut signifikan karena  $0.000 < 0.05$ . Artinya semakin tinggi tingkat kemudahan maka minat nasabah pada penggunaan *mobile banking* semakin meningkat pula. Penggunaan *mobile banking* akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi bahwa aplikasi *Mobile Banking* dapat digunakan dengan mudah. Nasabah percaya bahwa

aplikasi *Mobile banking* mudah dipelajari, mudah digunakan, jelas dan dapat dipahami serta membuat mereka semakin terampil, sehingga mereka akan menggunakannya secara kontinu. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana(2015) dan Irwan Tirtana *et al*(2014) yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

#### **4.9.3 Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan**

Hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap minat penggunaan. Artinya nasabah tidak percaya terhadap layanan *mobile banking* . Individu dengan persepsi kepercayaan yang rendah cenderung tidak mau menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi.

Kepercayaan memiliki pengaruh negatif karena kemungkinan responden ragu-ragu dengan item pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner. Dimana pernyataan 1 yaitu “*Mobile banking* selalu memberikan informasi apa adanya mengenai layanan yang tersedia dalam aplikasi” dalam item pernyataan ini responden tidak sepenuhnya percaya karena sering adanya modus penipuan mengatasnamakan *Action Mobile* dengan menggunakan modus *phising* untuk mendapatkan informasi data pribadi seseorang.

Dalam pernyataan item 2 yaitu “Dalam penggunaan *mobile banking* terdapat kompensasi kerugian apabila terjadi suatu hal yang tidak diinginkan” dalam pernyataan ini kemungkinan responden banyak

yang tidak percaya bahwa adanya kompensasi kerugian karena tidak percaya bahwa bank mau menanggung risiko apalagi sewaktu-waktu nasabah mengalami suatu hal yang tidak diinginkan.

Dalam pernyataan item 3 yaitu “*Mobile banking* telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal sehingga aman untuk digunakan” kemungkinan tidak semua responden setuju dengan pernyataan ini dikarenakan tidak semua responden percaya bahwa setiap transaksi yang dilakukan dalam *mobile banking* selalu aman karena mereka masih khawatir apabila datanya diakses oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dalam pernyataan item 4 yaitu “Saya yakin *mobile banking* mampu merahasiakan data informasi nasabah” dalam pernyataan tersebut tidak semua responden percaya bahwa data informasi nasabah mampu dirahasiakan oleh bank dengan baik., Bank Aceh Syariah selaku bank yang menjunjung tinggi prinsip islam belum mampu meminimalisir kekhawatiran nasabah yang sebagian besar menggunakan *mobile banking* karena takut akunnya mudah diretas atau di *hack*. Bank Aceh Syariah dapat memperkuat keamanan bertransaksi secara online sehingga nasabah tidak perlu ragu dan percaya pada Bank Aceh Syariah.

Namun masih banyak nasabah yang memilih untuk tetap menggunakan *mobile banking* walaupun dengan tingkat kepercayaan yang rendah, hal ini terjadi karena ketika persepsi kepercayaan disandingkan dengan persepsi-persepsi lainnya seperti kegunaan, kemudahan dan kenyamanan, nasabah tetap memutuskan untuk

menggunakan layanan *mobile banking* tersebut karena dapat memudahkan transaksi dan praktis pada saat digunakan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Amalia Ratna Pramudita(2020) dan bertolak belakang dengan penelitian Andini Sekar Pramesthi(2022).

#### **4.9.4 Pengaruh Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Penggunaan**

Hasil regresi menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan. Besar nilai p-value adalah 0.000 dengan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 5\%$ . Maka hasil dari p-value tersebut signifikan karena  $0.000 < 0.05$ . Artinya semakin tinggi tingkat kenyamanan maka minat nasabah pada penggunaan *mobile banking* semakin meningkat pula. Kenyamanan dari layanan *mobile banking* yang mampu membuat nyaman dalam bertransaksi yang dapat dilakukan setiap saat, kapanpun dan dimanapun serta menjadikan pengguna hemat waktu dalam kegiatan sehari-harinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Livinsia Lieny *et al*(2021), Adi Pratama *et al*(2019) dan Satria Hatma Hidayatullah(2016)

#### **4.9.5 Pengaruh Persepsi Kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking***

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai F sebesar 59.603 lebih besar dari f tabel sebesar 2.466476, dengan tingkat signifikansi 0.000 atau  $< 0.05$

maka secara simultan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat penggunaan.

Hasil analisis uji determinasi dihasilkan nilai adjusted r square sebesar 0.703. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa besarnya kemampuan model dalam hal ini variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen adalah sebesar 70,3%. Sedangkan sisanya 29,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Minat penggunaan *mobile banking* sangat dipengaruhi oleh persepsi-persepsi nasabah terhadap layanan tersebut. Persepsi Kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan dalam penelitian ini berpengaruh secara simultan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Artinya Bank Aceh Syariah mampu membuat nasabah meyakini bahwa berbagai macam kegunaan yang terkandung dalam *mobile banking* benar-benar dirasakan kegunaannya oleh nasabah tersebut. Kemudahan juga sangat nyata dirasakan oleh nasabah pada layanan *mobile banking* ini, nasabah percaya bahwa aplikasi *mobile banking* sangat mudah digunakan, tidak menyulitkan pengguna, fleksibel dan mudah dipelajari. Kepercayaan juga sangat berperan aktif didalam diri konsumen untuk memutuskan menggunakan *mobile banking*. Pengguna percaya memakai layanan *mobile banking* sesuai dengan yang dibutuhkan oleh nasabah. Bank harus mampu membuat nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank yang menjamin suatu keyakinan yang meyakinkan nasabah dalam segala transaksi perbankan. Dalam



menggunakan layanan *mobile banking* tentu harus didasari oleh kenyamanan pada saat bertransaksi. Kenyamanan disini berdasarkan dalam sistem yang mampu dilakukan setiap saat, kapanpun dan dimanapun serta menjadikan pengguna hemat waktu dan biaya dalam kegiatan sehari-harinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Priestiani Putri Rahayu (2019) yang menyatakan bahwa Persepsi Kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti semakin baik persepsi kegunaan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
2. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti semakin baik persepsi kemudahan nasabah pada *mobile banking*, maka minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
3. Terdapat pengaruh secara negatif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti nasabah tidak percaya terhadap layanan *mobile banking*.
4. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan. Hal ini berarti semakin baik persepsi kenyamanan nasabah pada *mobile banking*, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*.
5. Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

## 5.2 Saran

1. Bank sebaiknya lebih memperhatikan kemudahan dalam layanan *mobile banking*. Seperti kemudahan dalam menyelesaikan transaksi perbankan, kemudahan dalam mengoperasikan *mobile banking*, menyederhanakan tahapan-tahapan proses dalam *mobile banking*, meningkatkan kemudahan dalam registrasi dan bertransaksi juga mengiklankan betapa mudahnya menggunakan layanan *mobile banking* sehingga nasabah yang kurang mengerti teknologi tidak kesusahan dan menjadi terampil saat menggunakan layanan *mobile banking* tersebut, sehingga dalam menyelesaikannya dapat dilakukan secara *simple and fast*.
2. Bank sebaiknya perlu memperhatikan lagi keluhan-keluhan nasabah terkait kenyamanan saat menggunakan *mobile banking*. Masih banyak nasabah merasa kurang nyaman yang disebabkan oleh sering terjadi gangguan jaringan dan sering mengalami trouble yang membuat nasabah menjadi kurang nyaman menggunakan *mobile banking* dan memutuskan untuk datang langsung ke bank.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bagastia, M.I. (2018) Pengaruh kemudahan, kenyamanan, dan risiko terhadap minat menggunakan *Mobile banking* dengan kepercayaan sebagai variabel *Intervening* [Skripsi] Program Studi Perbankan Syariah S1. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Cahyo, W.Y.H. (2014) Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *Online banking* pada mahasiswa S1 fakultas ekonomi universitas negeri Yogyakarta. [Skripsi] Program Studi Akuntansi. Jurusan Pendidikan Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Desmayanti, E. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan fasilitas *E-filling* oleh wajib pajak sebagai sarana penyampaian spt masa secara *Online* dan *Realtime*. [Skripsi] Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro Semarang.
- Fadlan, A. (2018) Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan *Mobile banking*. [Skripsi] Universitas Brawijaya. Fakultas Ilmu administrasi. Jurusan Administrasi Bisnis Malang
- Fadlan, A. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking . *Universitas Brawijaya*.
- Ferista W, Y. (2014) Pengaruh risiko yang dipersepsikan dan kepuasan konsumen terhadap minat beli pada konsumen kaskus *Website* di universitas negeri Yogyakarta. [Skripsi] Program Studi Manajemen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Fahrul Rozi, M. Z. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan* 3 (2), 92-102.
- Ferdinand, Augusty. 2014. Metode Penelitian Manajemen. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Giga Bawa Laksana, E. S. (2015). Penaruh persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi resiko dan persepsi kesesuaian terhadap minat menggunakan mobile banking . *jurnal administrasi bisnisn (JAB)* , 1-8
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 2. Universitas Diponegoro Semarang
- Hilmawa, R.R. (2018) Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan *Mobile banking* dengan sikap sebagai variabel *Intervening*. [Skripsi] Program Studi S1 Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Irwan Tirtana, S. P. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking . *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Jati, Jamitko Nugroho., Laksito, Herry (2012), Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Pemanfaatan dan Penggunaan Sistem E-Ticket (Studi Empiris pada Biro Perjalanan di Kota Semarang), *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 1, No. 2, hlm. 1-15.
- Kurniawati, H.A., Winarno, W.A. & Arif, A. (2017) Analisis minat penggunaan *Mobile banking* dengan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang telah dimodifikasi, *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 4(1): 24-29.
- Ledesman, M. (2018) Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile banking* (studi pada BSM Cabang Bandar Jaya). [Skripsi] Fakultas Ekonomi Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan. Lampung.
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca PangkalPinang. *Jurnal Akuntansi Bisnis & Keuangan* 8 (2) , 56-62.
- Maharani, B. (2020) Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *Mobile banking* BNI (studi kasus BNI KCU Jakarta Pusat), *Jurnal STEI Ekonomi*, 1-15.
- Pramesthi, A. S. (2022). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan layanan BNI Mobile Banking. *Universitas Mercu Buana Jakarta*.
- Pramudita, A. R. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking dengan sikap penggunaan sebagai variabel intervening. *IAIN SALATIGA*.

- Pratama dan Suputra (2019), " Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik" Vol.27.2.Mei (2019): 927 - 953, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana
- Putri, S. E. (2017). Pengaruh perceived Usefulness dan Perceived Ease Of Use terhadap penggunaan Online Banking Virtual Account pada pembayaran uang kuliah mahasiswa akuntansi unika soegijapranata semarang. *Jurnal akuntansi bisnis* , 56-76.
- Rahayu, P.P. (2019) Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan *Mobile banking* (studi empiris pada mahasiswa di Yogyakarta). [Skripsi]. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Risal C.Y. Laihad. 2013. Pengaruh Perilaku Wajib Pajak terhadap Penggunaan E-Filing Wajib Pajak di Kota Manado. *Jurnal EMBA Volume 1, Nomor 3, September 2013*. pp44-51.
- Satria Hatma Hidayatullah, F. A. (2017). Pengaruh Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kenyamanan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking . *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Setyo Ferry Wibowo, D. R. (2015). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money Card . *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 440-456.
- Sugiyono. (2019). In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D (p. 394). Bandung : Alfabeta.
- Sugiono (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). Metode penelitian Administrasi Cetakan ke-23.Bandung. Cv. Alfabeta
- Suherlan Herlan &Yono Budhiono. 2013. Psikologi Pelayanan. Bandung: Penerbit Media Perubahan
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. 2014. Teori, Kuesioner dan Analisa Data untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Cetakan Kesatu. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service
- Umar Fadzilah. "Pengaruh Kenyamanan , Kepercayaan, dan Kelengkapan fitur terhadap keputusan pengguna internet Bangking", 2014

- Wangari, Hannah., & Muturi, Willy. 2014. Factors Affecting Adoption of Mobile Banking. *International Journal of Social Sciences Management*.
- Widhiani, A. dan Idris. 2018. Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Bukalapak. *Jurnal Manajemen Diponegoro* 7(2): 1-6.
- Yunita, N. R., Farida, U., & Sumarsono, H. (2019, April). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3, 90-105.

## LAMPIRAN

### LAMPIRAN 1

#### Kuesioner Penelitian

Yth.Saudara/i responden,

Saya Putri Handayani (1805906020031) Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Teuku Umar saat ini sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Aceh Syariah”**.

Segala informasi yang diberikan dalam kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan Saudara/I untuk dapat meluangkan sedikit waktu untuk mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini dengan tepat dan teliti. Atas pengertian dan partisipasinya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Putri Handayani



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

Pada bagian ini responden diminta untuk mengisi data dirinya.

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki

Umur :  17-25  26-35  36-45  46-60

Pekerjaan :  Petani  Swasta  Wiraswasta

PNS/Polri/TNI  Lainnya : .....

Pendidikan Terakhir :  SMA  D-II  D-III  S1  S2  S3

Alamat (desa) :

Lama pemakaian aplikasi *mobile banking* :                      bulan/tahun

### BAGIAN II (PERTANYAAN PENELITIAN)

Petunjuk pengisian,

Saudara/i cukup memilih salah satu jawaban yang tersedia dengan cara memberi tanda checklist (✓) pada angka-angka yang tersedia dari rentang skala 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skala 5 (Sangat Setuju)

Keterangan :

**SS** : Sangat Setuju

**S** : Setuju

**KS** : Kurang setuju

**TS** : Tidak Setuju

**STS** : Sangat Tidak Setuju

A. Persepsi Kegunaan ( $X_1$ )

| No | Pertanyaan   | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1. | Saya dapat melakukan transaksi dengan lebih akurat dengan mobile banking     |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya dapat meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi dengan mobile banking |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan mobile banking         |     |    |    |   |    |

B. Persepsi Kemudahan ( $X_2$ )

| No | Pertanyaan  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|---|-----|----|----|---|----|
| 1. | Saya sangat mudah mempelajari cara menggunakan mobile banking         |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya merasa penggunaan mobile banking dapat dikendalikan dengan mudah |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya merasa penggunaan mobile banking jelas dan dapat dipahami        |     |    |    |   |    |
| 4. | Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan mobile banking       |     |    |    |   |    |

C. Persepsi Kepercayaan ( $X_3$ )

| No | Pertanyaan   | STS | TS | KS | S | SS |
|----|--|-----|----|----|---|----|
| 1. | Mobile banking selalu memberikan informasi apa adanya mengenai layanan yang tersedia dalam aplikasi          |     |    |    |   |    |
| 2. | Dalam penggunaan mobile banking terdapat kompensasi kerugian apabila terjadi suatu hal yang tidak diinginkan |     |    |    |   |    |

|    |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|
| 3. | Mobile Banking telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal sehingga aman untuk digunakan |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya yakin mobile banking mampu merahasiakan data informasi nasabah                              |  |  |  |  |  |

#### D. Persepsi Kenyamanan (X<sub>4</sub>)

| No. | Pertanyaan  | STS | TS | S | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|---|----|
| 1.  | Mobile banking dapat diakses kapanpun dan dimanapun                   |     |    |   |   |    |
| 2.  | Tidak terdapat antrian dalam bertransaksi menggunakan mobile banking  |     |    |   |   |    |
| 3.  | Mobile banking menghemat waktu saya karena tidak perlu ke lokasi bank |     |    |   |   |    |

#### E. Minat Penggunaan (Y)

| No | Pertanyaan  | STS | TS | KS | S | SS |
|----|---|-----|----|----|---|----|
| 1. | Dalam melakukan transaksi saya berminat untuk menggunakan mobile banking                      |     |    |    |   |    |
| 2. | Saya berniat untuk mereferensikan mobile banking kepada orang lain                            |     |    |    |   |    |
| 3. | Saya berniat untuk selalu menggunakan mobile banking dalam setiap transaksi yang saya lakukan |     |    |    |   |    |
| 4. | Saya tertarik untuk lebih tahu mengenai informasi dalam menggunakan mobile banking            |     |    |    |   |    |



|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 39 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 41 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 44 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 45 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 46 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 47 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 48 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 49 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 50 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 51 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 |
| 53 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 54 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 55 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 56 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 57 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 58 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 59 | 5 | 5 | 4 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 60 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 |
| 61 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 62 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 63 | 2 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| 64 | 3 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 |
| 65 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 68 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 69 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| 70 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 71 | 2 | 4 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 1 | 3 | 3 | 2 | 4 | 1 |
| 72 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 73 | 3 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 74 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 76 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 77 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 78 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 79 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 80 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 81 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 82  | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 83  | 4 | 5 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 84  | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| 85  | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 86  | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 87  | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 88  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 89  | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 90  | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 91  | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 92  | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 |
| 93  | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 94  | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 95  | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 96  | 4 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 97  | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 98  | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 99  | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 100 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |

**Lampiran 3 : Tabel Distribusi Frekuensi Skor Jawaban Responden**

| Variabel         | Pernyataan   | Jawaban |    |    |    |    |
|------------------|--|---------|----|----|----|----|
|                  |  | STS     | TS | KS | S  | SS |
| P. Kegunaan 1    | Saya dapat melakukan transaksi dengan lebih akurat dengan mobile banking                                     | 0       | 9  | 34 | 37 | 20 |
| P. Kegunaan 2    | Saya dapat meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi dengan mobile banking                                 | 1       | 8  | 20 | 46 | 25 |
| P. Kegunaan 2    | Saya dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan mobile banking   | 1       | 5  | 18 | 45 | 31 |
| P. Kemudahan 1   | Saya sangat mudah mempelajari cara menggunakan mobile banking  | 5       | 3  | 21 | 48 | 23 |
| P. Kemudahan 2   | Saya merasa penggunaan mobile banking dapat dikendalikan dengan mudah  | 0       | 17 | 50 | 32 | 1  |
| P. Kemudahan 3   | Saya merasa penggunaan mobile banking jelas dan dapat dipahami   | 0       | 20 | 50 | 27 | 3  |
| P. Kemudahan 4   | Mudah bagi saya untuk terampil dalam menggunakan mobile banking  | 0       | 17 | 50 | 32 | 1  |
| P. Kepercayaan 1 | Mobile banking selalu memberikan informasi apa adanya mengenai layanan yang tersedia dalam aplikasi          | 1       | 4  | 26 | 38 | 31 |
| P. Kepercayaan 2 | Dalam penggunaan mobile banking terdapat kompensasi kerugian apabila terjadi suatu hal yang tidak diinginkan | 0       | 4  | 23 | 44 | 29 |
| P. Kepercayaan 3 | Mobile Banking telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal sehingga aman untuk digunakan             | 5       | 5  | 30 | 38 | 22 |
| P. Kepercayaan 4 | Saya yakin mobile banking mampu merahasiakan data informasi nasabah  | 0       | 3  | 24 | 39 | 34 |
| P. Kenyamanan 1  | Mobile banking dapat diakses kapanpun dan dimanapun  | 4       | 14 | 23 | 42 | 17 |
| P. Kenyamanan 2  | Tidak terdapat antrian dalam bertransaksi menggunakan mobile banking   | 2       | 8  | 37 | 31 | 22 |
| P. Kenyamanan 3  | Mobile banking menghemat waktu saya karena tidak perlu ke lokasi bank  | 1       | 4  | 25 | 44 | 26 |

|                    |   |   |    |    |    |    |
|--------------------|---|---|----|----|----|----|
| Minat Penggunaan 1 | Dalam melakukan transaksi saya berminat untuk menggunakan mobile banking                      | 1 | 10 | 26 | 44 | 19 |
| Minat Penggunaan 2 | Saya berniat untuk mereferensikan mobile banking kepada orang lain                            | 5 | 8  | 30 | 44 | 13 |
| Minat Penggunaan 3 | Saya berniat untuk selalu menggunakan mobile banking dalam setiap transaksi yang saya lakukan | 1 | 6  | 25 | 52 | 16 |
| Minat Penggunaan 4 | Saya tertarik untuk lebih tahu mengenai informasi dalam menggunakan mobile banking            | 6 | 3  | 21 | 48 | 22 |

#### Lampiran 4 : Hasil validitas dan reliabilitas

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X1.1 | 7.8600                     | 2.465                          | .517                             | .268                         | .672                             |
| X1.2 | 7.6700                     | 2.264                          | .571                             | .328                         | .607                             |
| X1.3 | 7.5300                     | 2.393                          | .552                             | .308                         | .631                             |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .725             | .725   | 3          |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X2.1 | 9.4700                     | 4.252                          | .207                             | .                            | .939                             |
| X2.2 | 10.1100                    | 3.432                          | .813                             | .                            | .596                             |
| X2.3 | 10.1500                    | 3.624                          | .649                             | .                            | .674                             |
| X2.4 | 10.1100                    | 3.432                          | .813                             | .                            | .596                             |



**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha<br>Based on<br>Standardized<br>Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .769             | .812  | 4          |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Squared Multiple<br>Correlation | Cronbach's Alpha<br>if Item Deleted |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| X3.1 | 11.6800                       | 4.563                             | .672                                 | .459                            | .696                                |
| X3.2 | 11.6400                       | 5.000                             | .623                                 | .416                            | .725                                |
| X3.3 | 11.9600                       | 4.342                             | .607                                 | .384                            | .734                                |
| X3.4 | 11.5800                       | 5.357                             | .497                                 | .269                            | .782                                |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha<br>Based on<br>Standardized<br>Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .788             | .790  | 4          |

**Item-Total Statistics**

|      | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Squared Multiple<br>Correlation | Cronbach's Alpha<br>if Item Deleted |
|------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| X4.1 | 7.5300                        | 2.777                             | .402                                 | .162                            | .761                                |
| X4.2 | 7.6500                        | 2.472                             | .576                                 | .402                            | .531                                |
| X4.3 | 7.3800                        | 2.743                             | .594                                 | .407                            | .527                                |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha<br>Based on<br>Standardized<br>Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .701             | .709  | 3          |

**Item-Total Statistics**

|     | Scale Mean if<br>Item Deleted | Scale Variance if<br>Item Deleted | Corrected Item-<br>Total Correlation | Squared Multiple<br>Correlation | Cronbach's Alpha<br>if Item Deleted |
|-----|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| Y.1 | 11.2300                       | 5.149                             | .657                                 | .438                            | .794                                |
| Y.2 | 11.3100                       | 5.085                             | .711                                 | .506                            | .770                                |
| Y.3 | 11.2100                       | 5.420                             | .648                                 | .425                            | .798                                |
| Y.4 | 11.1600                       | 4.802                             | .651                                 | .425                            | .800                                |

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha<br>Based on<br>Standardized<br>Items | N of Items |
|------------------|---|------------|
| .834             | .836  | 4          |

**Lampiran 4: Hasil Uji Asumsi Klasik****Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized<br>Residual |
|----------------------------------|----------------|----------------------------|
| N                                |                | 100                        |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0E-7                       |
|                                  | Std. Deviation | 2.09018868                 |
|                                  | Absolute       | .066                       |
| Most Extreme Differences         | Positive       | .066                       |
|                                  | Negative       | -.042                      |
| Kolmogorov-Smirnov Z             |                | .659                       |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .778                       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
|               |                             |            |                           |       |      |                         |       |
| (Constant)    | 9.394                       | 2.011      |                           | 4.671 | .000 |                         |       |
| 1 P.Kegunaan  | -.069                       | .103       | -.078                     | -.672 | .503 | .734                    | 1.362 |
| P.Kemudahan   | -.003                       | .106       | -.003                     | -.030 | .976 | .895                    | 1.117 |
| P.Kepercayaan | .181                        | .089       | .216                      | 2.045 | .044 | .884                    | 1.132 |
| P.Kenyamanan  | .154                        | .110       | .163                      | 1.407 | .163 | .735                    | 1.360 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

## Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
|               |                             |            |                           |        |      |
| (Constant)    | 2.999                       | 1.159      |                           | 2.588  | .011 |
| 1 P.Kegunaan  | -.020                       | .059       | -.041                     | -.347  | .730 |
| P.Kemudahan   | .032                        | .061       | .057                      | .532   | .596 |
| P.Kepercayaan | -.060                       | .051       | -.126                     | -1.172 | .244 |
| P.Kenyamanan  | -.060                       | .063       | -.112                     | -.956  | .342 |

a. Dependent Variable: RES\_2

### Lampiran 5 : Hasil Uji Output Pengujian Statistik Regresi Berganda

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

| Model         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| (Constant)    | .071                        | 1.172      |                           | .060   | .952 |
| 1 P.Kegunaan  | .509                        | .107       | .376                      | 4.764  | .000 |
| P.Kemudahan   | .306                        | .069       | .257                      | 4.409  | .000 |
| P.Kepercayaan | -.183                       | .081       | -.177                     | -2.272 | .025 |
| P.Kenyamanan  | .694                        | .104       | .540                      | 6.680  | .000 |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 Regression | 609.888        | 4  | 152.472     | 59.603 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual     | 243.022        | 95 | 2.558       |        |                   |
| Total        | 852.910        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

b. Predictors: (Constant), P.Kenyamanan, P.Kemudahan, P.Kepercayaan, P.Kegunaan

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .846 <sup>a</sup> | .715     | .703              | 1.59941                    |

a. Predictors: (Constant), P.Kenyamanan, P.Kemudahan, P.Kepercayaan, P.Kegunaan