

**PENGARUH MANFAAT, KESESUAIAN, KEUNTUNGAN, RISIKO,  
KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP  
MINAT ULANG NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
BANK SYARIAH INDONESIA**



**SKRIPSI**

Oleh:

Nama: Devi Ratnaningrum

No. Mahasiswa: 18312329

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

**PENGARUH MANFAAT, KESESUAIAN, KEUNTUNGAN, RISIKO,  
KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP  
MINAT ULANG NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
BANK SYARIAH INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai  
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Devi Ratnaningrum

No. Mahasiswa: 18312329

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**YOGYAKARTA**

**2022**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

### PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah dirilis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 7 Juni 2022

Penulis,



(Devi Ratnaningrum)

**PENGARUH MANFAAT, KESESUAIAN, KEUNTUNGAN, RISIKO,  
KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP  
MINAT ULANG NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING  
BANK SYARIAH INDONESIA**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Devi Ratnaningrum

No. Mahasiswa: 18312329

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 6 Juni 2022

Dosen Pembimbing



( Marfuah, Dra., M.Si., Ak. )

**BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia**

Disusun oleh : DEVI RATNANINGRUM

Nomor Mahasiswa : 18312329

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus pada hari, tanggal: Rabu, 13 Juli 2022

Penguji/Pembimbing Skripsi : Marfuah, Dra., M.Si

Penguji : Ayu Chairina Laksmi, SE., M.AppCom., M.Res., Ak., CA., Ph.D



Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, S.E., M.Si, Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, anugerah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH MANFAAT, KESESUAIAN, KEUNTUNGAN, RISIKO, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT ULANG NASABAH MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BANK SYARIAH INDONESIA”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) di Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, masukan, semangat, dan doa dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kesehatan, petunjuk, dan kelancaran dalam proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua dan kakak tercinta saya yang selalu mengingatkan saya dalam mengerjakan skripsi serta memberikan dukungan dan doa agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan lulus tepat waktu.
3. Ibu Marfuah, Dra., M.Si, Ak. Selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D selaku Rektor UII. Bapak Dr. Jaka Sriyana, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII.

Bapak Dr. Mahmudi,SE.,M.Si.,Ak,CA.,CMA, selaku Ketua Program studi Akuntansi dan seluruh jajaran yang berada di kemahasiswaan UII serta civitas akademik FBE UII. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas bimbingan dan bantuannya selama ini.

5. Seluruh keluarga besar yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikannya.
6. Teman – teman seperjuangan, Ofa, Meridha, Zalfa, dan Shafa yang selalu saling membantu saat perkuliahan dan selalu memberikan semangat dan doa dalam proses penyusunan skripsi.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dan mendukung dalam penelitian ini.

Semoga segala bantuan, dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis memohon maaf apabila dalam penulisan skripsi ini terdapat kekhilafan dan kesalahan.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

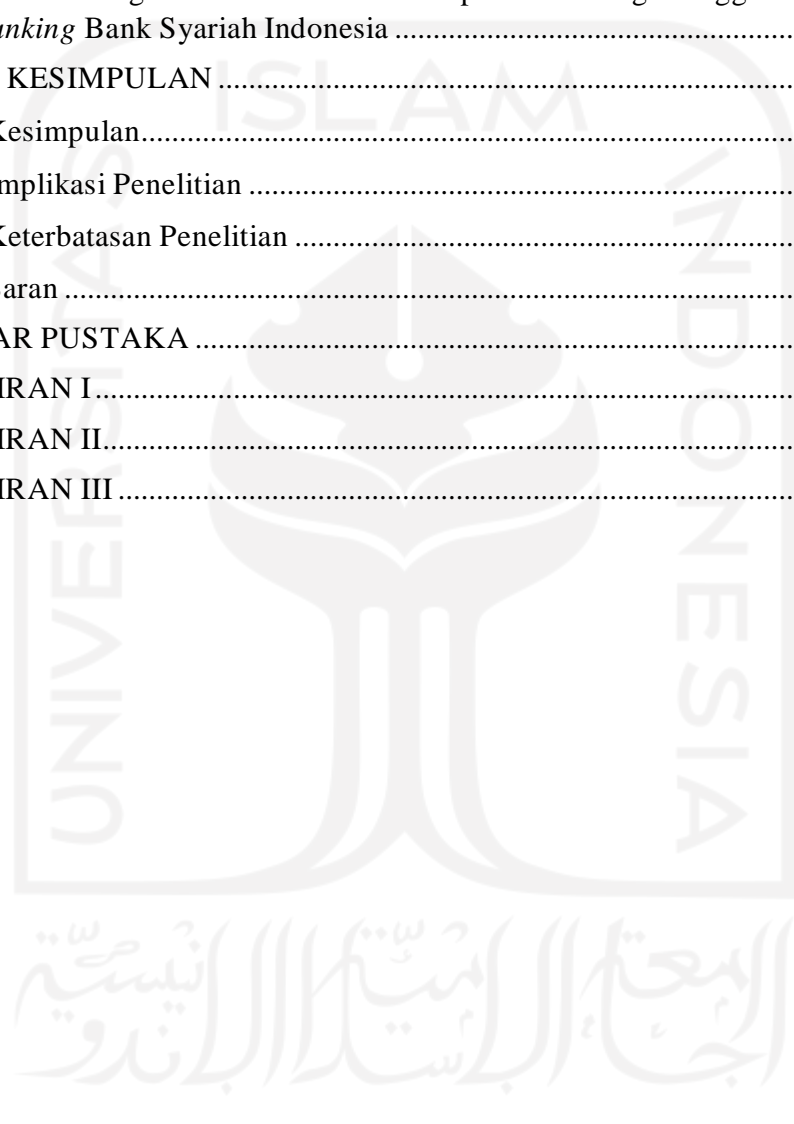
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME .....	iii
BERITA ACARA TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM) .....	10
2.1.2 <i>Mobile Banking</i> .....	11
2.1.3 Manfaat.....	12
2.1.4 Kesesuaian .....	13
2.1.5 Keuntungan .....	13
2.1.6 Risiko .....	14
2.1.7 Kepercayaan.....	15
2.1.8 Kemudahan .....	15
2.1.9 Keamanan .....	16
2.1.10 Minat Ulang .....	17
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Hipotesis Penelitian .....	22
2.3.1 Pengaruh manfaat terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile banking</i> .....	22
2.3.2 Pengaruh kesesuaian terhadap minat ulang penggunaan <i>mobile banking</i> 23	
2.3.4 Pengaruh risiko terhadap minat ulang penggunaan <i>mobile banking</i> .... .....	24
2.3.5 Pengaruh kepercayaan terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile</i>	



banking	25
2.3.6 Pengaruh kemudahan terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile banking</i>	25
2.3.7 Pengaruh keamanan terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile banking</i>	26
2.4 Model Penelitian .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Populasi dan Sampel .....	28
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4 Metode Analisis Data .....	29
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	31
3.5.1 Minat .....	31
3.5.2 Manfaat .....	31
3.5.3 Kesesuaian .....	32
3.5.4 Keuntungan .....	33
3.5.5 Risiko .....	33
3.5.6 Kepercayaan .....	34
3.5.7 Kemudahan .....	35
3.5.8 Keamanan .....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
4.1 Deskripsi Responden .....	37
4.2 Analisis Karakteristik Responden .....	38
4.2.1 Jenis Kelamin .....	38
4.2.2 Usia .....	38
4.3 Analisis Statistik Deskriptif .....	39
4.4 Uji Validitas .....	45
4.5 Uji Reliabilitas .....	49
4.6 Uji Hipotesis .....	50
4.7 Hasil dan Pembahasan .....	54
4.7.1 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia .....	54
4.7.2 Pengaruh Kesesuaian Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia .....	55
4.7.3 Pengaruh Keuntungan Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile</i>	

<i>Banking Bank Syariah Indonesia</i> .....	55
4.7.4 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking Bank Syariah Indonesia</i> .....	56
4.7.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking Bank Syariah Indonesia</i> .....	58
4.7.6 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking Bank Syariah Indonesia</i> .....	58
4.7.7 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking Bank Syariah Indonesia</i> .....	59
BAB V KESIMPULAN .....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Implikasi Penelitian .....	62
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	63
5.4 Saran .....	64
DAFTAR PUSTAKA .....	65
LAMPIRAN I.....	67
LAMPIRAN II.....	75
LAMPIRAN III.....	92



## DAFTAR TABEL

4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia.....	39
4.3 Statistik Deskriptif .....	39
4.4 Nilai Interval Variabel .....	44
4.5 Nilai Outer Loading .....	46
4.6 Nilai Cross Loading .....	48
4.7 Uji Reliabilitas.....	49
4.8 Uji Hipotesis.....	51



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Variabel yang digunakan adalah manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan minat ulang. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta. Teknik pemilihan sampel yaitu menggunakan *sampling purposive* dengan jumlah sampel sebanyak 170 nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan *smartPLS* dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Variabel kesesuaian dan keuntungan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan variabel risiko tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.

Kata kunci: *mobile banking*, manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, keamanan

## ABSTRACT

*The purpose of this study to examine the effect of benefits, suitability, benefits, risks, trust, convenience, and security on customer re-interest using mobile banking at Bank Syariah Indonesia in Yogyakarta. The variables used are benefit, suitability, benefit, risk, trust, convenience, security, and re-interest. The population in this study are customers who use mobile banking at Bank Syariah Indonesia in Yogyakarta. The sample selection technique is using purposive sampling with a total sampel of 170 customers who use the mobile banking of Bank Syariah Indonesia in Yogyakarta. The technique of collecting data was done through the distribution of questionnaires. The data that has been collected was analyzed using smartPLS by conducting validity tests, reliability tests, and hypothesis testing. The results of this study are the variables of benefit, convenience, trust, and security have a significant positive effect on re-interest in using mobile banking. The suitability and profit variables have no significant positive effect on re-interest in using mobile banking. While the risk variable does not have a significant negative effect on re-interest in using mobile banking.*

*Keywords: mobile banking, benefits, suitability, advantages, risks, trust, convenience, security*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi merupakan suatu yang harus ada dan diikuti oleh masyarakat modern sekarang ini dikutip dari Nurdin et al. (2021). Perkembangan teknologi dan komunikasi yang begitu pesat, telah memunculkan sebuah media baru di antaranya yaitu munculnya internet. Sektor perbankan sangat berhubungan erat dengan teknologi informasi khususnya internet karena untuk berjalan dan berkembang sangat membutuhkan adanya teknologi dan informasi dalam pengembangannya. Saat ini sektor perbankan seharusnya memberi akses kepada nasabah dengan lebih mudah dan praktis dalam kegiatan transaksi maupun dalam menggali informasi. Maka dari itu sektor perbankan sangat membutuhkan sistem informasi baik pihak bank tersebut maupun dengan pihak nasabah bank.

Dalam penelitian Wandi et al. (2020) menjelaskan bahwa pihak perbankan karang ini telah menyediakan pelayanan suatu produk dalam bentuk *electronic banking* untuk nasabah bank sehingga untuk mengakses beberapa fitur, nasabah bank tersebut tidak perlu membuang waktu untuk datang langsung ke bank untuk menikmati fitur layanan seperti mengakses rekening, mendapat informasi produk, atau melakukan transaksi. *Electronic banking* tersebut di antaranya *automated teller machine (ATM)*, *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, atau *international electronic fund*

*transfer*. Dikutip dari website OJK, masyarakat yang menggunakan *m-banking* meningkat dari yang semula 13,6 juta menjadi 50,4 juta nasabah 2016. Kemudian untuk frekuensi transaksi para pengguna meningkat dari yang semula 150,8 juta menjadi 405,4 juta dalam kurun waktu 4 tahun.

Terdapat salah satu produk dari banyaknya produk *electronic banking* yang menarik perhatian masyarakat yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* merupakan layanan atau fitur yang dibuat oleh bank berupa aplikasi *mobile* untuk memberi kemudahan para nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. Aplikasi tersebut bisa diunduh melalui Google Play Store bagi pengguna Android dan App Store bagi pengguna iOS.

Dibandingkan dengan layanan *electronic banking* lainnya, *mobile banking* adalah yang paling cepat berkembang. Perubahan ini disebabkan oleh fakta bahwa layanan *mobile banking* memenuhi kebutuhan masyarakat modern yang sangat mementingkan kecepatan mobilitas. Hasil survei dari lembaga riset keuangan internasional mengungkapkan bahwa 35% aktivitas daring yang dilaksanakan oleh setiap rumah telah berhasil dirambah oleh layanan *mobile banking*. Diperkirakan nilai transaksi keuangan yang dilakukan melalui *mobile banking* akan meningkat dua kali lipat setiap tahun, setelah itu akan meningkat empat kali lipat setelah 2011 (<https://belajarliterasi.ferisulianta.com>).

Jenis penelitian ini diambil dari teori konsep berpikir *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989) yang menerangkan mengenai aspek yang berpengaruh terhadap antusias seseorang dalam menggunakan jasa *mobile banking*. Teori TAM ini bertujuan dalam pemberian penjelasan

ekonomis tentang determinan asumsi tingkah laku seseorang dalam menggunakan teknologi informasi untuk merangkul terkait pemanfaatan teknologi dan informasi dalam penerapannya. Dalam teori TAM didasarkan pada teori lagi yaitu *theory of reasoned action* oleh fishbein dan ajzen (1975) dikutip dari penelitian Ayu et al (2015). Terdapat pada teori TAM pengguna sistem informasi dikategorikan ke dalam 2 faktor yakni faktor manfaat yang dirasakan (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan yang dirasakan (*perceived ease of use*). TAM memiliki tujuan untuk memberi penjelasan dan memperkirakan penerimaan pengguna dari faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dalam suatu organisasi. TAM menggambarkan “Hubungan kausal antara keyakinan dan perilaku, tujuan/kebutuhan, dan penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi”. Model TAM ini akan membantu perusahaan perbankan untuk mengetahui keinginan nasabahnya.

Masyarakat yang notabennya menjadi nasabah memiliki macam-macam faktor yang memiliki pengaruh atas minat dalam penggunaan *mobile banking*. Pengertian minat menurut Wandu et al. (2020) menyatakan bahwasannya minat merupakan kegiatan yang disukai dan cenderung dilakukan terus menerus memperhatikan dan terus mengingat suatu kegiatan tertentu, kemudian seseorang akan tertarik pada kegiatan atas perhatian yang telah diberikan tersebut dengan perasaan yang gembira dan konsisten. Secara harfiah minat dapat diartikan sebagai keinginan seseorang atas rasa kepemilikan untuk memakai suatu objek terpilih. Kepentingan seseorang tidak dapat dipaksakan dan ditentukan oleh seseorang yang lain

atas meneliti tingkah laku orang itu. Maka dari itu perusahaan harus memiliki informasi atas minat individu dengan cara mengetahui kondisi atau perkembangan individu tersebut di tempat asal tinggalnya.

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan ketika menggunakan *mobile banking* sebelum nasabah memutuskan untuk menggunakannya. Diantara banyaknya alasan yang mempengaruhi preferensi pengguna memakai *mobile banking* yaitu adalah manfaat. Menurut Chitra (2016) manfaat menunjukkan keputusan individu untuk menggunakan atau tidak menggunakan teknologi untuk menyelesaikan berbagai tugas. Dalam penelitian Kurniaputra & Nurhadi (2018) menyatakan bahwa “Persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*”. Penelitian tersebut juga didukung oleh Chitra (2016) mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap daya tarik customer dalam memakai *mobile banking*.

Aspek selanjutnya yang menjadi tolak ukur nasabah memilih *mobile banking* adalah kesesuaian. Mandrata & Sutarso (2019) mendeskripsikan kesesuaian yang artinya adalah suatu sistem dan preferensi pemilik *mobile banking* yang nantinya dapat memberi pengaruh dalam tingkat penerimaan. Hal ini menjelaskan bahwa kesesuaian adalah suatu teknologi yang memiliki sinkronitas atas potensi, nilai, kebutuhan, dan pengalaman dalam penggunaan *mbanking*.

Kemudian faktor yang lain yang dapat memberikan pengaruh atas minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* adalah keuntungan.



Menurut Wandu et al. (2020) keuntungan diperoleh setelah mencoba produk, dan konsumen dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk dan jasa yang mereka gunakan. Bank harus berinovasi terhadap segala yang sedang nasabah butuhkan dalam urusan perbankan. Ini merupakan upaya agar nasabah yang sudah lama menggunakan jasa ini merasa nyaman atau merupakan strategi dalam mendapatkan nasabah baru. Pandangan nasabah dalam kekhawatiran terhadap risiko yang bisa diterima saat menggunakan *mobile banking* juga menjadi pertimbangan yang dipikirkan oleh nasabah. Menurut Chitra (2016) risiko adalah keadaan ketidakpastian yang diperhitungkan orang ketika memutuskan apakah akan bertransaksi online. Aplikasi BSI Mobile hadir sebagai solusi berbagai transaksi keuangan yang mempermudah kegiatan transaksional nasabah. Kehadiran akan potensial risiko yang muncul apabila pihak nasabah merasa *insecure* akan privasi data pribadi mengenai informasi akun perbankan bocor atau gagal dalam transaksi nasabah yang diperlukan.

Faktor lain yang memengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* adalah kepercayaan. Nurdin et al. (2021) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan dalam suatu hubungan antara dua pihak yang dimiliki antar personal dari kedua pihak tersebut, Bermodalakan trust yang dibangun akan kesadaran dari jasa yang dipercaya akan kewajibannya seperti dengan apa yang dikehendaki nasabah. Terkait urusan dalam pemakaian dari *mobile banking*, sebagian besar pengguna belum seluruhnya paham tentang risiko sekuritas beserta kerahasiaan informasi di *mobile banking*, dan meskipun mereka tidak mengetahui tingkat keamanan dan

kerahasiaan, bank berkomitmen terhadap keamanan dan kerahasiaan. Kemudian hal lain yang mampu memengaruhi minat nasabah dalam memakai jasa *mobile banking* adalah kemudahan. Margaretha (2020) mendefinisikan kemudahan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau produk tersebut akan mudah. Intinya, jika seseorang berpikir suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. dalam penelitian tersebut.

Penyebab lainnya sebagai faktor yang berpengaruh dalam menjadi preferensi nasabah pengguna *m-banking* adalah keamanan. Menurut Margaretha (2020) keamanan informasi yaitu bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*fraud*) atau setidaknya mendeteksi penipuan dalam sistem berbasis informasi di mana informasi itu sendiri tidak memiliki arti fisik. Ketika memilih lembaga keuangan untuk menyimpan uang mereka, konsumen sangat mementingkan prinsip-prinsip keamanan lembaga tersebut. Apabila aplikasi *mobile banking* dapat menjamin keamanan data nasabah dan transaksi keuangan, loyalitas nasabah cenderung meningkat.

Ansori (2016) menjelaskan bahwa Indonesia merupakan negara yang penduduknya mayoritas beragama islam, berdasarkan sensus Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk muslim di Indonesia berada pada kisaran 87% atau sekitar 207 juta jiwa. Dengan pangsa pasar yang begitu besar seharusnya penggunaan dan perkembangan bank syariah lebih signifikan terhadap bank konvensional, akan tetapi faktanya saat ini bank konvensional lebih banyak dipercayai dan digunakan dari pada jumlah pengguna bank syariah. Dengan tantangan situasi dan kondisi saat ini bank syariah dituntut untuk selalu melakukan inovasi lebih untuk mengejar ketinggalan

dan dapat bersaing, dengan memanfaatkan internet seharusnya bisa saja mempercepat laju perkembangan bank syariah terutama dengan teknologi mobile banking perlu melihat pengembangan yang diperlukan untuk mempertahankan pengembangan terutama dalam konteks perbankan syariah.

Akan tetapi dengan segala kemudahan pada zaman ini, resiko pergantian dan perkembangan bisa saja terjadi sewaktu – waktu baik dalam hitungan tahun bahkan hitungan jam. Ini juga berdampak pada semua aspek diantaranya aspek Perbankan Syariah. Kemajuan saat ini menuntut setiap saat harus berinovasi jika tidak maka akan tertinggal dan berpengaruh terhadap pemilikan kebutuhan yang semakin kompleks, dengan tantangan seperti ini layanan *mobile banking* perlu memperhatikan permasalahan bagaimana untuk mempertahankan minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking* di bank syariah dan faktor- faktor yang mempengaruhi nasabah terhadap minat ulang penggunaan. Dengan belum maksimalnya penggunaan *mobile banking* di Indonesia baik dari tingkat minat penggunaan dan tingkat pemanfaatan secara maksimal sehingga masih mengalami banyak keterbatasan dan tantangan untuk pihak bank Syariah.

Variabel penelitian ini merupakan gabungan dari penelitian Mandrata & Sutarso, (2019) dan Restika (2021). Hal yang membedakan dari penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan *mobile banking* di Yogyakarta. Variabel independennya yaitu manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan.

Berdasarkan penjabaran diatas mengenai latar belakang penelitian, peneliti meneliti atas variable yang telah disebutkan dengan judul **Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia.**

## 1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang yang dijelaskan di atas serta untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian ini, maka terlebih dahulu membuat batasan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh manfaat terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* BSI di Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh kesesuaian terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh keuntungan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh risiko terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
5. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
6. Apakah terdapat pengaruh kemudahan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?
7. Apakah terdapat pengaruh keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan dicapai penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh manfaat terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh kesesuaian terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh keuntungan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
4. Untuk mengidentifikasi pengaruh risiko terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
5. Untuk mengidentifikasi pengaruh kepercayaan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
6. Untuk mengidentifikasi pengaruh kemudahan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia
7. Untuk mengidentifikasi pengaruh keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat berdasarkan:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang pengaruh kegunaan, kesesuaian, keuntungan, motivasi, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan menggunakan *mobile banking* BSI di Yogyakarta. Dalam bidang perbankan diharapkan bisa

berkontribusi untuk menambah khasanah teori mengenai dimensi kualitas.

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat bagi sektor perbankan, khususnya bank syariah indonesia (BSI) untuk dapat merumuskan strategi bank guna mempertahankan keunggulan kompetitif layanan *mobile banking* dan diharapkan dapat mengembangkan inovasi baru dari sistem internet banking di masa yang akan datang, yang aman, nyaman, dan memiliki fitur yang lebih menarik, sehingga nasabah dapat tetap menerima dan selalu menggunakan fasilitas *internet banking* pada bank syariah indonesia.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM)

Model TAM menunjukkan bahwa pengguna sistem cenderung menggunakan sistem jika sistem tersebut mudah digunakan dan bermanfaat bagi mereka. Hipotesis Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) menjabarkan mengenai apa saja yang memberi pengaruh atas keputusan personal dalam penggunaan *mobile banking*. Teori TAM bertujuan dalam pemberian penjelasan ekonomis tentang determinan asumsi tingkah laku seseorang yang menggunakan teknologi informasi dalam merangkul dalam pengaplikasian teknologi informasi tersebut.

Teori TAM dilandasi oleh teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action*) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1975). Di dalam TAM, penerimaan pemakai sistem informasi ditentukan oleh dua faktor utama yaitu *perceived usefulness* dan *perceived ease of use*. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna dari faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi dalam suatu organisasi. TAM menggambarkan hubungan kausal antara keyakinan dan perilaku, tujuan/kebutuhan, dan penggunaan aktual dari pengguna sistem informasi.

TAM memiliki beberapa keunggulan di antaranya: TAM adalah patokan utama yang berguna dalam merespon kegagalan dalam implementasi sistem komputer karena ketidaktertarikan pengguna dalam

menggunakannya; Teori TAM telah teruji atas banyaknya berbagai penelitian dan mayoritasnya menyatakan bahwa teori TAM merupakan jenis yang bagus dan teori TAM dibangun di atas landasan teori yang kuat dan kokoh. Model teori TAM sekalipun memiliki kelemahan, di antaranya adalah: model TAM hanya memberi hasil atau informasi yang sangat umum tentang preferensi dan perilaku pengguna dalam menerima teknologi informasi; TAM tidak mempunyai kontrol perilaku; Studi TAM seringkali hanya menggunakan sistem teknologi informasi; TAM tidak sepenuhnya menjelaskan hubungan antara variabel model; dan TAM tidak memperhitungkan perbedaan budaya.

### **2.1.2 Mobile Banking**

*Mobile banking* merupakan layanan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan secara online melalui smartphone. Menurut Wandu et al. (2020) *mobile banking* merupakan pilihan yang memungkinkan nasabah perbankan menggunakan layanan yang terdapat pada *mobile banking* untuk melakukan transaksi menggunakan smartphone-nya, sehingga memudahkan nasabah dalam memproses transaksi. *Mobile banking* memiliki berbagai macam fitur trading dengan menu sederhana dan mudah sehingga akan lebih efisien bagi nasabah dalam bertransaksi hanya dengan cara memasukkan password atau kata sandi PIN yang terdata. Menu yang terdapat di dalam aplikasi secara otomatis akan terbuka dan pengguna dapat mengikuti arahan yang tertera di *mobile banking*.

Mengenai fitur yang ditawarkan oleh *mobile banking* dari bank di antaranya adalah layanan terkait informasi (saldo, perubahan rekening,



laporan mutasi kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang atau ATM terdekat), serta layanan transaksi, seperti pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, kartu kredit, asuransi, internet, bpjs, zakat), pembelian tiket atau pulsa, dan berbagai fitur lainnya ([www.shinhan.co.id](http://www.shinhan.co.id)). *Mobile banking* bertujuan untuk meningkatkan layanan untuk membantu pelanggan memenuhi kebutuhan pasar dan memfasilitasi transaksi. Nasabah menggunakan *mobile banking* untuk membayar (transfer) uang antar rekening bank, tanah, listrik, pembayaran hipotek, mobil, sepeda motor, atau pinjaman bulanan atau beberapa jenis asuransi, seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan, di samping jenis operasi bisnis non-keuangan lainnya.

### **2.1.3 Manfaat**

Menurut Mandrata & Sutarso (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwasannya penggunaan teknologi dalam suatu pemanfaatan akan mengalami peningkatan kinerja. Manfaat dapat digambarkan sebagai nilai fungsional benda, alat, produk, dll yang dapat memfasilitasi, mempromosikan, dan membatasi konsumsi waktu yang kurang hemat.

Kemudahan penggunaan sangat diprioritaskan bagi sejumlah nasabah yang menjadi pengguna *mobile banking* dan dapat memengaruhi nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Kemudahan penggunaan produk dan layanan dapat digunakan di mana saja, sehingga layanan perbankan menjadi efektif, menghemat waktu dan memberikan rasa aman kepada nasabah. Manfaat dari penggunaan *mobile banking* antara lain adalah, dapat melihat

informasi saldo rekening terkini, melakukan transfer saldo antar bank atau menuju bank lain, adanya sistem tagihan internet, PDAM, listrik, TV berlangganan, pembelian pulsa, verifikasi kredit, informasi peningkatan mutasi, dan lain sebagainya.

#### **2.1.4 Kesesuaian**

Mandrata & Sutarso (2019) memberikan penjelasan tentang arti kata “compatibility” sebagai suatu sistem serta preferensi nasabah mobile banking yang mungkin berpengaruh pada tingkat penerimaan. Dalam konteks diskusi ini, kesesuaian mengacu pada teknologi yang kompatibel dengan nilai, persyaratan, dan pengalaman manusia yang mungkin terkait dengan tindakan mengadopsi *mbanking*.

Bagi beberapa nasabah bank, menurut Mandrata & Sutarso (2019) kesesuaian adalah sejauh mana mereka menerima nilai tambah, kebutuhan yang disukai oleh mereka, dan mereka meningkatkan calon pengguna baru. Kesesuaian itu sendiri menjadi dasar bagi kemudian hari ketika menggunakan *mobile banking* pada lembaga keuangan yang menawarkan produk tersebut. Jika sikap terhadap penggunaan teknologi ditentukan oleh kesesuaian, kemudian akan mendorong pelanggan untuk menggunakan layanan tersebut.

#### **2.1.5 Keuntungan**

Menurut Wandu et al. (2020) keuntungan didapat setelah mencoba produk, dan konsumen bisa merasakan manfaat dari penggunaan produk dan jasa yang mereka gunakan. Nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* apabila mempunyai keuntungan dalam menggunakannya.

Keuntungan dari *mobile banking* yang di antaranya adalah nasabah dapat melakukan transaksi 24 jam sehari, menghemat banyak waktu, mendapatkan hasil transaksi langsung, dan *mobile banking* di smartphone sangat mudah dipahami dan digunakan. Yang harus dilakukan yaitu hanya dengan memasukkan kata sandi atau PIN dan mengikuti petunjuknya.

#### **2.1.6 Risiko**

Risiko menurut Kurniাপutra & Nurhadi (2018) didefinisikan sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat melihat peluang yang muncul dari keputusan pembelian mereka. Persepsi pelanggan tentang risiko biasanya muncul dari tingkat perbedaan dari pandangan nasabah dan perilaku aktual, serta keraguan tentang teknologi yang diharapkan tidak terkirim dan kerusakan yang diakibatkannya. Risiko mengacu pada tingkat risiko saat menggunakan inovasi teknologi. Karena upaya bank untuk meminimalkan risiko, nasabah juga menerima dan memilih untuk menggunakan *mobile banking*.

Menurut Mandrata & Sutarso (2019) adanya risiko dari penggunaan internet banking juga lebih mudah untuk dipahami, karena memiliki akses mudah ke informasi tentang penyalahgunaan layanan perbankan seperti *cracking*, *skimming*, dan *hacking* melalui ATM, kartu kredit, dan internet banking melalui internet. Risiko yang terkait dengan penggunaan *mobile banking* sangat penting bagi nasabah dan bank. Permasalahan yang muncul tiba-tiba terasa jahil dan sangat merugikan pengguna *mobile banking* dan bank yang mengelola layanannya. Keputusan nasabah untuk memilih *mobile banking* pun juga berdampak.

### **2.1.7 Kepercayaan**

Nurdin et al. (2021) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan dalam suatu hubungan antara dua pihak yang dimiliki dari satu pihak kepada pihak lain, mengacu pada harapan bahwa orang yang tanggung jawabnya telah didelegasikan akan melaksanakan tanggung jawab tersebut sebagaimana yang telah ditentukan. Saat menggunakan *mobile banking*, sebagian besar pengguna tidak memiliki pemahaman yang lengkap tentang bahaya aplikasi tersebut terkait aspek keamanan dan kerahasiaan, dan meskipun pengguna tidak mengetahui tingkat keamanan dan kerahasiaan, bank berkomitmen terhadap keamanan dan kerahasiaan. Oleh sebabnya, *trust* nasabah merupakan faktor penting dalam mendorong nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan di antaranya:

- a. Keandalan. Keandalan dapat didefinisikan sebagai kapasitas untuk memberikan layanan yang dijanjikan kepada klien dengan cara yang sesuai, tepat, guna kepuasan mereka.
- b. Kepedulian. Kepedulian mengacu pada tingkat empati bank yang tinggi dalam memberikan jawaban atas kesulitan nasabahnya.
- c. Kredibilitas. Pengembangan sistem perdagangan perbankan elektronik yang jujur dan dapat diandalkan diperlukan untuk membangun kredibilitas.

### **2.1.8 Kemudahan**

Jogiyanto (2011:81) dalam studinya menyatakan bahwa yang dimaksud dengan kemudahan ialah kemampuan seseorang untuk mengukur

seberapa besar ia yakin bahwasanya tidak ada pengerahan tenaga fisik atau mental dengan menggunakan sistem tertentu. Menurut Dan et al. (2021) kemudahan penggunaan adalah ketika seseorang percaya bahwa sistem tertentu jauh lebih mudah digunakan dan dioperasikan, dan tidak perlu berjuang untuk melakukannya. Mengingat sistem teknis yang mudah dioperasikan, terlepas dari penggunaan fisik atau mental, orang tersebut akan terus menggunakannya.

Ada pula kemudahan penggunaan *mobile banking* diidentifikasi sebagai sejauh mana seseorang menganggap bank mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan transaksi perbankan dan kemudahan sistem dapat digunakan untuk tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna.

### **2.1.9 Keamanan**

Menurut Restika (2021) keamanan adalah perlindungan dari risiko keamanan dan menjaga kontrol informasi pribadi yang berkaitan dengan klien dalam bertransaksi online. Karena mencakup informasi yang sangat sensitif tentang pelanggan, sistem perbankan menempatkan prioritas tinggi pada urgensi yang terkait dengan sekuritas. Maka dari itu, keamanan aplikasi perbankan adalah komponen yang sangat penting.

Ketika menggunakan *mobile banking*, keamanan adalah salah satu alasan yang menjadi perhatian pelanggan. Pengguna dari *mobile banking* bisa saja memberikan kata sandi atau PIN kepada peretas untuk dengan mudah menemukan dan melacak sistem dari *m-banking* lalu kemudian membobol akun pelanggan. Ancaman yang lain juga penuh dengan berbagai

jenis penipuan. Selain itu, *mobile banking* tidak mempunyai sebuah mekanisme untuk menjaga koneksi jaringan dalam jangka waktu yang lama, sehingga diharapkan transaksi tidak dilakukan dan transaksi akan berulang. Pengguna *mobile banking* sering mengabaikan masalah keamanan sistem aplikasi. Nasabah harus menyadari pentingnya melindungi aplikasi agar tetap terjaga bahkan setelah bencana.

#### **2.1.10 Minat Ulang**

Pengertian minat menurut Nurdin et al., (2021) adalah kecenderungan untuk tertarik pada sesuatu yang relatif tetap, untuk lebih memperhatikan dan mengingat terus menerus dan diikuti oleh perasaan senang ketika mencapai kepuasan saat menggunakan teknologi. Minat atau niat untuk menggunakan teknologi terkini seperti *mobile banking* disebabkan oleh beberapa faktor, seperti respon nasabah terhadap *mobile banking*. Secara umum, menurut Wandu et al. (2020) definisi minat diartikan sebagai keinginan seseorang untuk memiliki atau menggunakan objek tertentu. Kepentingan seseorang tidak dapat dipaksakan dan ditentukan oleh seseorang dengan menganalisis cara di mana individu itu berperilaku. Oleh karena itu, korporasi harus dapat menentukan tingkat minat seseorang dengan mempelajari keadaan atau perubahan yang terjadi di tempat tinggalnya.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pada pencarian literatur yang dilakukan peneliti, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, di antaranya yaitu:

Satu, menurut Mandrata & Sutarso (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh kegunaan, kesesuaian, keuntungan, motivasi, dan risiko terhadap niat perilaku pada *mobile banking* Bank Mandiri di Surabaya”.

Penelitian ini memiliki tujuan dalam proses pengujian pengaruh dalam kegunaan, kompatibilitas, kelebihan relatif, motivasi atas hedonis, dan risiko yang ada dalam tingkah laku konsumen dalam penggunaan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Mandiri di wilayah Surabaya. Untuk tujuan studi penelitian ini, data dikumpulkan melalui kuesioner, yang kemudian dikirim kepada 125 responden yang menggunakan layanan *mobile banking* Bank Mandiri. Data yang diperoleh dipilih dengan menggunakan metode *judgement based sampling*. Setelah itu, analisis kuadrat terkecil parsial dilakukan pada data. Menurut temuan, variabel terkait dianggap menawarkan manfaat dan keuntungan, yang keduanya memiliki kecenderungan untuk berpengaruh secara signifikan pada niat perilaku, namun tidak pada kompatibilitas dan motivasi hedonis. Selain itu, terdapat pula pengaruh negatif risiko terhadap niat masyarakat untuk memanfaatkan layanan *mobile banking*.

Dua, menurut Gita & Juliarsa (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Jenius”. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini termasuk menentukan pengaruh persepsi

kepercayaan, kegunaan, kenyamanan penggunaan, dan keamanan terhadap minat ulang pada suatu produk atau layanan menggunakan *mobile banking* Jenius. Metode penelitian ini memakai teknik non-probability sampling yaitu purposive sampling. Total sampel yang dipakai yakni 145 responden yang merupakan pengguna *mobile banking* Jenius dan bersedia menjadi responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan bantuan software IBM SPSS Statistics 25. Berdasarkan analisis, ditemukan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif pada minat ulang menggunakan *mobile banking* Jenius. Persepsi kegunaan mempunyai pengaruh positif pada minat ulang menggunakan *mobile banking* Jenius. Persepsi kemudahan penggunaan tidak mempunyai pengaruh pada repetisi penggunaan *mobile banking* Jenius. Pada dasarnya persepsi keamanan mempunyai pengaruh positif pada minat ulang menggunakan *mobile banking* Jenius.

Tiga, menurut Wandu et al. (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah BNI Menggunakan *Mobile Banking*”.

Penelitian ini memiliki tujuan dalam menganalisis dalam pengaruh terhadap penggunaan, keuntungan, keamanan secara bersamaan dan parsial pada minat nasabah pada bank BNI dalam menggunakan aplikasi *mbanking*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan jenis kuantitatif dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda atas responden yang digunakan sebanyak 100 orang. Hasil daripada penelitian ini menjelaskan bahwasannya persepsi kegunaan, keuntungan, dan keamanan secara bersamaan memiliki pengaruh drastis pada minat nasabah dalam penggunaan *mbanking*. Persepsi keamanan



ternyata memiliki pengaruh yang signifikan pada antusiasme nasabah dalam penggunaan *m-banking*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *usability*, manfaat, dan keamanan *mobile banking*, baik secara bersamaan maupun sebagian, terhadap tingkat ketertarikan nasabah BNI terhadap layanan *mobile banking* cabang Palu. Penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan teknik yang disebut analisis regresi linier berganda, dan ada seratus orang yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Berdasarkan temuan penelitian ini, minat nasabah Bank BNI dalam memanfaatkan *mobile banking* di cabang BNI Palu secara bersamaan dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi mereka tentang apakah layanan itu bermanfaat bagi mereka, menguntungkan mereka, dan aman. Nasabah Bank BNI Cabang Palu memiliki minat yang cukup besar dalam memanfaatkan *mobile banking*, dan minat tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap kemudahan dalam penggunaannya. Nasabah Bank BNI yang tertarik dengan *mobile banking* di cabang BNI Palu sebagian besar dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap keuntungan bank. Nasabah Bank BNI Cabang Palu memiliki minat yang cukup besar untuk memanfaatkan *mobile banking*, dan keinginan ini secara signifikan dipengaruhi oleh seberapa aman mereka memandang platform *mobile banking*.

Empat, menurut Margaretha (2020) dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena persaingan di industri perbankan

dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan minat memanfaatkan mobile banking di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pandanaran Semarang. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh persepsi konsumen terhadap minat menggunakan mobile banking. Dalam penelitian ini, metode eksplanatori (penjelasan) dipadukan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi nasabah Bank Republik Indonesia (BRI) Cabang Pandanaran Semarang dijadikan sebagai dasar pengambilan sampel yang ditetapkan sebanyak 100 responden dan ditentukan dengan seperangkat kriteria. Uji-t yang dilakukan terhadap data hasil penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa variabel *perceived usefulness*, persepsi kemudahan penggunaan dan keamanan secara terpisah (parsial) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil pengujian juga menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Besarnya pengaruh variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* adalah sebesar 76,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 2.3 Hipotesis Penelitian

### 2.3.1 Pengaruh manfaat terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*

Menurut Fernos & Alfadino (2021) manfaat adalah kegunaan yang dianggap berguna untuk tujuan bermanfaat. Sedangkan menurut Mandrata & Sutarso (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja.

Dalam skenario khusus ini, keuntungan akan berdampak baik pada keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* dinilai cocok bagi mereka yang tidak memiliki banyak waktu untuk sekedar bertransaksi, sehingga orang-orang tersebut dapat menghabiskan waktu mereka dan melakukan aktivitas lain daripada aktivitas perbankan yang memakan banyak waktu. Menurut temuan studi yang dilakukan oleh Kurniাপutra dan Nurhadi (2018), persepsi nasabah tentang keuntungan yang terkait dengan *mobile banking* memiliki pengaruh positif yang cukup besar terhadap pilihan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian tersebut juga didukung oleh Chitra (2016) mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1:** Manfaat berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

### **2.3.2 Pengaruh kesesuaian terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking***

Menurut definisi yang diberikan oleh Mandrata dan Sutarso (2019), kompatibilitas mengacu pada sistem dan preferensi nasabah *mobile banking* yang berpotensi mempengaruhi tingkat akseptabilitas. Dalam hal ini, kesesuaian mengacu pada teknologi yang kompatibel dengan nilai, persyaratan, dan pengalaman pribadi yang mungkin terkait dengan adopsi *mobile banking*. Dalam penelitian Sakina (2017) mengungkapkan bahwa kesesuaian berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

**H2:** Kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

### **2.3.3 Pengaruh keuntungan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking***

Menurut Wandu et al. (2020) keuntungan diperoleh setelah mencoba produk, dan konsumen dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk dan jasa yang mereka gunakan. Bank dituntut untuk melakukan inovasi atau menyediakan layanan dan produk baru untuk memenuhi permintaan konsumennya. Hal tersebut merupakan suatu upaya baik untuk mempertahankan klien yang dimiliki sekarang atau untuk menggaet klien yang baru. Pelanggan di pasar saat ini menginginkan aktivitas dan efisiensi produk yang disesuaikan dengan kebutuhan dan cara hidup mereka sendiri. Mereka akan menghemat uang dan waktu dengan melakukan hal-hal dengan

cara ini. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa keuntungan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

**H3:** Keuntungan berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

#### **2.3.4 Pengaruh risiko terhadap minat ulang penggunaan mobile banking**

Definisi risiko menurut Chitra (2016) adalah keadaan ketidakpastian yang diperhitungkan orang ketika memutuskan apakah akan bertransaksi online. Aplikasi BSI Mobile memberikan kemudahan bagi nasabah untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Namun, jika tidak berhati-hati, risiko yang mengintai sangat tinggi. Data-data bank di ponsel harus selalu dicadangkan. Selain itu, risiko dapat muncul jika nasabah sangat takut kebocoran informasi akun atau gagal dalam transaksi nasabah yang diperlukan.

Dalam penelitian Kurniapura & Nurhadi (2018) menyatakan bahwa persepsi pelanggan tentang risiko memiliki sedikit atau tidak ada hubungannya dengan hasil transaksi. Hal ini juga dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Soon et al (2015:7) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku adopsi *mobile banking*, dalam perspektif masyarakat Korea Selatan. Dalam penelitian ini, penulis berpendapat bahwa risiko memiliki pengaruh negatif terhadap minat konsumen dalam

memanfaatkan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut

**H4:** Risiko berpengaruh negatif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

### **2.3.5 Pengaruh kepercayaan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking***

Nurdin et al. (2021) mendefinisikan kepercayaan adalah keyakinan dalam suatu hubungan antara dua pihak yang dimiliki oleh satu pihak kepada pihak lain, berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajibannya sesuai dengan yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, sebagian besar pengguna tidak sepenuhnya memahami risiko keamanan dan kerahasiaan *mobile banking*, dan meskipun mereka tidak mengetahui tingkat keamanan dan kerahasiaan, bank berkomitmen terhadap keamanan dan kerahasiaan. Dalam penelitian John & Mairizal (2021) menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

**H5:** Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

### **2.3.6 Pengaruh kemudahan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking***

Margaretha (2020) mendefinisikan kemudahan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau produk tersebut

akan mudah. Intinya, jika seseorang berpikir suatu sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya. Dalam penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Dalam penelitian John & Mairizal (2021) juga mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

**H6:** Kemudahan berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

### **2.3.7 Pengaruh keamanan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking***

Menurut Restika (2021) keamanan adalah perlindungan dari ancaman keamanan dan pengendalian informasi pribadi pelanggan dalam bertransaksi *online*. Keamanan sangat penting dalam sistem perbankan karena berisi data data penting seperti data pribadi pelanggan yang sangat sensitif. Oleh karena itu, keamanan aplikasi perbankan sangat penting. Ketika menggunakan *mobile banking*, keamanan adalah salah satu alasan yang menjadi perhatian pelanggan.

Dalam perbankan, keamanan merupakan hal terpenting yang dicari nasabah saat menyimpan dananya. Loyalitas nasabah meningkat ketika aplikasi *mobile banking* dapat menjamin keamanan data dan transaksi perbankan. Rasa aman dapat ditentukan ketika nasabah merasa aman saat menggunakan *mobile banking*, seperti kebocoran user ID dan password

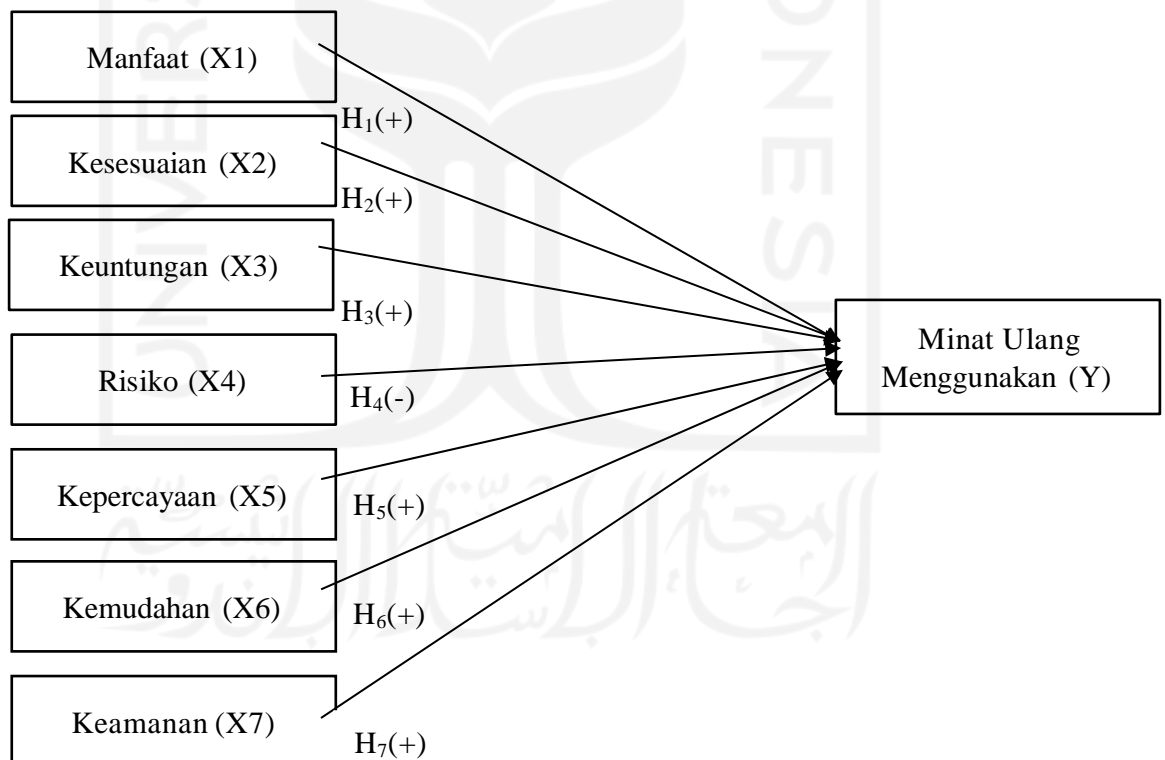
*mobile banking* Handoko & Ronny (2020). Dalam penelitian Margaretha (2020) dan Wandu et al. (2020) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesisnya sebagai berikut:

**H7:** Keamanan berpengaruh positif terhadap minat ulang penggunaan *mobile banking*

## 2.4 Model Penelitian

Berikut disajikan model penelitian yang menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel terikat.



Gambar 1. Model Penelitian



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia. Kemudian sampel dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta. Selanjutnya teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling purposive*.

Menurut Hair et al (2010) penentuan jumlah sampel yang representatif adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10.

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah indikator} \times 5 \\ &= 34 \times 5 \\ &= 170\end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas dapat disimpulkan bahwa sampel minimum yaitu menggunakan 170 sampel. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 170 responden, pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Peneliti melakukannya berdasarkan pertimbangan kriteria tertentu agar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Kriteria yang masuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta
2. Usia nasabah > 19 Tahun

### 3.2 Jenis dan Sumber Data

Data primer merupakan data utama untuk penelitian ini yang diperoleh langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Kuesioner akan dibagikan disebar melalui *google form*.

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran dan penyerahan langsung kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan skala interval untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pilihan jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut: SS = Sangat Setuju, S = Setuju, TS = Tidak Setuju dan STS = Sangat Tidak Setuju.

### 3.4 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) untuk menguji hipotesis yang akan diteliti. Dalam pengujian variabel, hipotesis akan diuji dengan menggunakan software smartPLS.

#### a) Metode *Partial Least Square* (PLS)

PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berdasarkan varian atau komponen. PLS adalah metode analisis yang powerful karena tidak bergantung pada banyak asumsi distribusi normal dan tidak memerlukan sampel yang besar, Hermawan & Hasibuan (2016). Kelebihan metode PLS ini adalah data tidak perlu berdistribusi normal multivariat, ukuran sampel tidak perlu besar, dan PLS tidak

hanya dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, tetapi juga dapat digunakan untuk menjelaskan jika tau tidak ada hubungan antara variabel laten.

b) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner, Wandi et al. (2020). Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan dalam kuesioner dapat menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Masrun dalam Syaefullah & Mubiyantoro (2015) suatu instrumen penelitian dianggap valid apabila item tersebut berkorelasi positif dengan kriteria (skor total) dan korelasinya tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut juga bernilai tinggi. Biasanya, persyaratan minimum untuk memenuhi syarat, jika  $r \geq 0,3$ . Dengan demikian, apabila korelasi antar item memiliki skor total 0,3, maka item pada instrumen tersebut dianggap tidak valid.

c) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan keakuratan, konsistensi, dan ketepatan alat ukur pada saat melakukan pengukuran, Syaefullah & Mubiyantoro (2015). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha dengan batas toleransi  $\geq 0,5$  menggunakan software SmartPLS.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

#### 3.5.1 Minat

Pengertian minat menurut Wandu et al. (2020) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan untuk terus menerus memperhatikan dan mengingat aktivitas tertentu, sehingga seseorang yang tertarik pada aktivitas akan memperhatikan aktivitas tersebut dengan rasa senang dan secara konsisten. Secara umum, minat adalah keinginan seseorang untuk memiliki atau menggunakan objek tertentu. Terdapat beberapa indikator tentang minat di antaranya Nurdin et al. (2021):

- a. Minat transaksional, artinya kecenderungan untuk menggunakan atau membeli suatu produk.
- b. Minat referensial, artinya kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
- c. Minat eksploratif, artinya menggambarkan perilaku seseorang yang mencari informasi tentang suatu produk yang menarik minatnya dan mencari informasi untuk mendukung karakteristik positif produk tersebut.

#### 3.5.2 Manfaat

Manfaat yang dirasakan adalah pendapat nasabah mengenai dampak penerimaan penggunaan *mobile banking* yang dapat meningkatkan produktivitas pengguna, kinerja nasabah, dan efisiensi kerja saat menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Menurut Mandrata & Sutarso (2019) manfaat yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa penggunaan teknologi

tertentu akan meningkatkan kinerja. Manfaat bisa digambarkan sebagai nilai fungsional benda, alat, produk, dll yang dapat memfasilitasi, mempromosikan, dan membatasi penggunaan waktu yang tidak efisien. Terdapat beberapa indikator manfaat yaitu sebagai berikut, Nurdin et al. (2021):

- a. Memudahkan segala bentuk transaksi di bank.
- b. Menambah produktivitas, dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- c. Meningkatkan efektivitas dan dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
- d. Memengaruhi tingkat kinerja pengguna.

### **3.5.3 Kesesuaian**

Bagi beberapa nasabah bank, kesesuaian dapat didefinisikan sebagai cara untuk mendapatkan nilai dan kebutuhan yang mereka inginkan, dan bagi bank kesesuaian dapat digunakan untuk menarik nasabah baru atau mempertahankan nasabah lama. Mandrata & Sutarso (2019) mendefinisikan kesesuaian (*compatibility*) sebagai sistem dan preferensi pengguna *mobile banking* yang dapat memengaruhi tingkat penerimaan. Dalam hal ini, kesesuaian adalah teknologi yang sesuai dengan potensi nilai pribadi, kebutuhan, dan pengalaman mengadopsi *mobile banking*. Terdapat beberapa indikator kesesuaian di antaranya Syaefullah & Mubiyantoro (2015):

- a. Kecocokan inovasi dengan nilai-nilai
- b. Keyakinan pengguna dengan ide-ide

- c. Sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan *mobile banking*
- d. Semakin yakin dan nyaman menggunakan layanan *mobile banking* Setiawan & Sutarso (2018)

#### **3.5.4 Keuntungan**

Nasabah memersepsikan keuntungan sebagai suatu pengertian bahwa mereka dapat menawarkan keuntungan yang berbeda saat melakukan transaksi saat ini dibandingkan dengan transaksi perbankan tradisional (transaksi melalui teller atau customer service). Menurut Wandu et al. (2020) keuntungan diperoleh setelah mencoba produk, dan konsumen dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk dan jasa yang mereka gunakan. Seperti halnya *mobile banking*, ada banyak keuntungan yang ditawarkan kepada nasabah ketika bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Terdapat beberapa indikator keuntungan yaitu sebagai berikut Setiawan & Sutarso (2018):

- a. Kemudahan layanan
- b. Efisiensi waktu
- c. Keefektifan dalam bertransaksi

#### **3.5.5 Risiko**

Risiko penggunaan *mbanking* bagi nasabah Bank Syariah Indonesia menjadi perhatian khusus dan tidak menutup kemungkinan bagi bank sendiri. Kegagalan untuk mengatasi risiko yang dihadapi bank dapat menyebabkan persepsi negatif terhadap bank dan pengurangan kepercayaan *stakeholder*. Kurniaputra & Nurhadi (2018)

mendefinisikan risiko sebagai ketidakpastian yang dihadapi konsumen ketika mereka tidak dapat melihat peluang yang muncul dari keputusan pembelian mereka. Persepsi pelanggan tentang risiko biasanya muncul dari tingkat perbedaan antara penilaian pelanggan dan perilaku aktual dan keraguan tentang teknologi yang diharapkan tidak terkirim dan kerusakan yang diakibatkannya. Terdapat beberapa indikator risiko di antaranya Cakra (2021):

- a. Risiko keamanan
- b. Risiko finansial
- c. Risiko produk

### **3.5.6 Kepercayaan**

Dalam hal penggunaan *mbanking*, sebagian besar pengguna tidak sepenuhnya memahami risiko keamanan dan kerahasiaan *mobile banking*, dan meskipun mereka tidak mengetahui tingkat keamanan dan kerahasiaan, bank berkomitmen terhadap keamanan dan kerahasiaan. Maka, daya percaya konsumenlah yang menjadi kunci penting dalam mendorong nasabah untuk melakukan transaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan di antaranya Nurdin et al. (2021):

- a. Keandalan, merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan akurat, cepat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, artinya sikap empati yang dapat dirasakan oleh bank dalam memberikan solusi atas permasalahan nasabah.

- c. Kredibilitas, artinya membangun mekanisme operasi yang jujur dan dapat diandalkan untuk transaksi perbankan elektronik.

### **3.5.7 Kemudahan**

Kemudahan memiliki pengertian yakni sebuah pendapat responden mengenai manfaat *mobile banking* BSI. Persepsi kemudahan menjelaskan pandangan responden tentang bagaimana produk BSI dapat menunjukkan seberapa baik produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan nasabah, dan pada akhirnya responden dapat merasakan kepuasan diri sendiri. Kemudahan penggunaan *mbanking* didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang menganggap bank mudah digunakan dan memerlukan sedikit usaha pengguna. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan transaksi perbankan dan kemudahan sistem dapat digunakan untuk tujuan yang sesuai dengan keinginan pengguna. Terdapat beberapa indikator kemudahan di antaranya Nurdin et al. (2021): “Sangat mudah dipelajari, mengerjakan dengan mudah, keterampilan pengguna akan bertambah dengan memanfaatkan teknologi”.

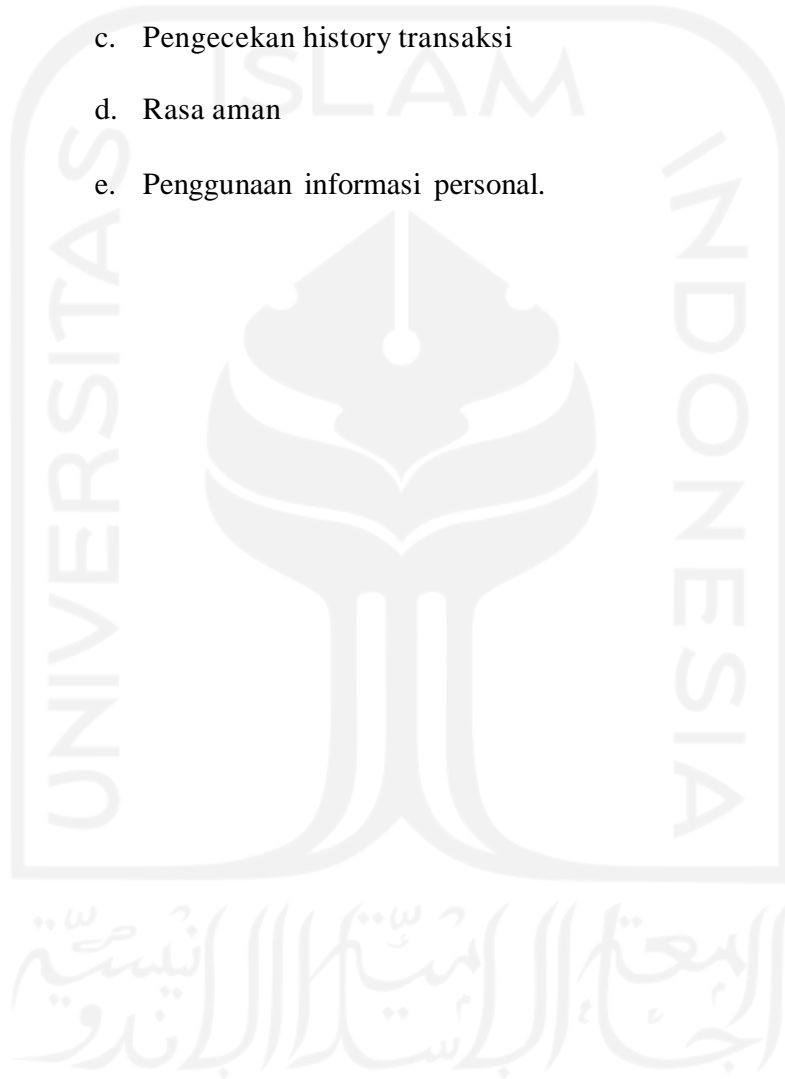
### **3.5.8 Keamanan**

Keamanan adalah pandangan nasabah terhadap risiko ancaman gangguan *mobile banking* dan upaya bank untuk meningkatkan keamanan layanan mobile banking. Keamanan menjadi urgensi dalam sistem perbankan karena berisi data data penting seperti data pribadi pelanggan yang sangat sensitif. Oleh karena itu, keamanan aplikasi perbankan sangat penting. Ketika menggunakan *mobile banking*,



keamanan adalah salah satu alasan yang menjadi perhatian pelanggan. Terdapat beberapa indikator keamanan di antaranya Handoko & Ronny (2020):

- a. Menyimpan data dengan akurat
- b. Keamanan untuk data privasi dan transaksi
- c. Pengecekan history transaksi
- d. Rasa aman
- e. Penggunaan informasi personal.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Responden

Dalam pembahasan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, berdasarkan rumusan masalah yang telah dilakukan oleh peneliti, penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih yang menjelaskan terkait sebab akibat antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2004). Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel yang digunakan yaitu 170 responden yang merupakan pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta.

Seluruh data dalam penelitian ini merupakan data primer, di mana didapatkan dengan melakukan penyebaran kuesioner melalui *google form* oleh peneliti kepada para nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang dinilai dari skala 1 sampai dengan 4. Jumlah pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini yaitu 34 item. Teknik yang digunakan dalam analisis data ini yaitu statistik deskriptif dan Partial Least Square (PLS) untuk mengetahui pengaruh manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

## 4.2 Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dapat menjelaskan karakteristik pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta, karakteristik ini yaitu jenis kelamin dan usia.

### 4.2.1 Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4.1 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	124	72.9 %
Laki - Laki	46	27.1%
Total	170	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1 yang merupakan klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini. Sebagian besar responden perempuan yaitu 124 dengan persentase 72.9%, sedangkan laki-laki 46 dengan persentase 27.1%, dengan total 170 responden.

### 4.2.2 Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut:

**Tabel 4.2 Klasifikasi Responden berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase
19 – 21 Tahun	83	48.8%
22 – 24 Tahun	66	38.8%
> 24 Tahun	21	12.4%
Total	170	100%

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan klasifikasi menurut usia responden pada rentang 19-21 tahun merupakan yang terbanyak yaitu 83 responden dengan persentase 48.8%, lalu diikuti oleh 22-24 tahun 66 responden dengan persentase 38.8%, dan >24 tahun sebanyak 21 responden dengan persentase 12.4%.

#### **4.3 Analisis Statistik Deskriptif**

Berikut disajikan tabel statistik deskriptif, semua variabel penelitian terdiri dari nilai minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.

**Tabel 4.3 Statistik Deskriptif**

Variabel	Min	Maks	Mean	Standar Deviasi
Manfaat	2.00	4.00	3.760	0.438
Kesesuaian	1.00	4.00	3.612	0.527
Keuntungan	1.00	4.00	3.691	0.496
Risiko	1.00	4.00	3.242	0.669
Kepercayaan	1.00	4.00	3.407	0.599

Kemudahan	2.00	4.00	3.624	0.504
Keamanan	1.00	4.00	3.423	0.581
Minat Ulang	1.00	4.00	3.547	0.560

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 4.3, maka analisis deskriptif dari masing-masing variabel adalah:

1. Variabel manfaat mempunyai nilai minimum sebesar 2 yang artinya bahwa dari semua responden yang ada memberi penilaian terendah atas jawaban variabel manfaat sebesar 2. Pada nilai maksimumnya adalah 4 yang artinya semua responden memberi nilai tertinggi jawaban atas variabel manfaat sebesar 4. Nilai rata-rata manfaat sebesar 3.760 artinya “Bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas manfaat, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.760”. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.438 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.
2. Variabel kesesuaian memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel kesesuaian adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel kesesuaian yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata kesesuaian sebesar 3.612 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kesesuaian, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.612. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.527 yang

menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.

3. Variabel keuntungan memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel keuntungan adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel keuntungan yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata keuntungan sebesar 3.691 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas keuntungan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.691. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.496 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.
4. Variabel risiko memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel risiko adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel risiko yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata risiko sebesar 3.242 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas risiko, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.242. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.669 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk

homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.

5. Variabel kepercayaan memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel kepercayaan adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel kepercayaan yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata kepercayaan sebesar 3.407 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kepercayaan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.407. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.599 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.
6. Variabel kemudahan memiliki nilai minimum sebesar 2 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel kemudahan adalah sebesar 2. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel kemudahan yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata kemudahan sebesar 3.624 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas kemudahan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.624. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.504 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.

7. Variabel keamanan memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel keamanan adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel keamanan yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata keamanan sebesar 3.423 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas keamanan, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.423. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.581 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.
8. Variabel minat ulang memiliki nilai minimum sebesar 1 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas variabel minat ulang adalah sebesar 1. Untuk nilai maksimumnya sebesar 4 yang berarti bahwa dari seluruh responden yang memberikan penilaian tertinggi jawaban atas variabel minat ulang yaitu sebesar 4. Nilai rata-rata minat ulang sebesar 3.547 artinya bahwa dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat ulang, rata-rata responden memberikan penilaian sebesar 3.547. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.560 yang menunjukkan ukuran penyebaran data adalah sebesar nilai tersebut dari 170 responden. Data tersebut termasuk homogen karena hasil menunjukkan bahwa standar deviasi terletak di bawah rata-rata.



Menurut Dewi & Merkusiwati (2017) rentang kategori skor dihitung dari nilai maksimum dikurangi nilai minimum. Setelah dikurangi, hasil dari pengurangan tersebut dibagi tiga karena ada tiga rentang kategori. Setelah dibagi menjadi tiga, hasil pembagian tersebut ditambahkan ke nilai minimum, sehingga hasil akhirnya adalah nilai maksimum. Berdasarkan rumus tersebut, rentang kategori penilaian variabel ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 4 Nilai Interval Variabel**

Variabel	Rentang Kategori		
	Rendah	Sedang	Tinggi
Manfaat	2.00 – 2.67	2.68 – 3.11	3.12 – 4.00
Kesesuaian	1.00 – 2.00	2.01 – 2.67	2.68 – 4.00
Keuntungan	1.00 – 2.00	2.01 – 2.67	2.68 – 4.00
Risiko	1.00 – 2.00	2.01 – 2.67	2.68 – 4.00
Kepercayaan	1.00 – 2.00	2.01 – 2.67	2.68 – 4.00
Kemudahan	2.00 – 2.67	2.68 – 3.11	3.12 – 4.00
Keamanan	1.00 – 2.67	2.68 – 3.11	3.12 – 4.00
Minat Ulang	1.00 – 2.67	2.68 – 3.11	3.12 – 4.00

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel manfaat memiliki nilai rata-rata 3.76 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat manfaat menggunakan *mobile banking* BSI tergolong sangat tinggi.

Variabel kesesuaian memiliki nilai rata-rata 3.61 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat kesesuaian menggunakan *mobile banking* BSI tergolong tinggi.

Variabel keuntungan memiliki rata-rata 3.69 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat keuntungan menggunakan *mobile banking* BSI tergolong sangat tinggi.

Variabel risiko memiliki rata-rata 3.24 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat risiko menggunakan *mobile banking* BSI cukup tinggi.

Variabel kepercayaan memiliki rata-rata 3.40 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat kepercayaan menggunakan *mobile banking* BSI tergolong cukup tinggi

Variabel kemudahan memiliki rata-rata 3.62 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat kemudahan menggunakan *mobile banking* BSI tergolong tinggi.

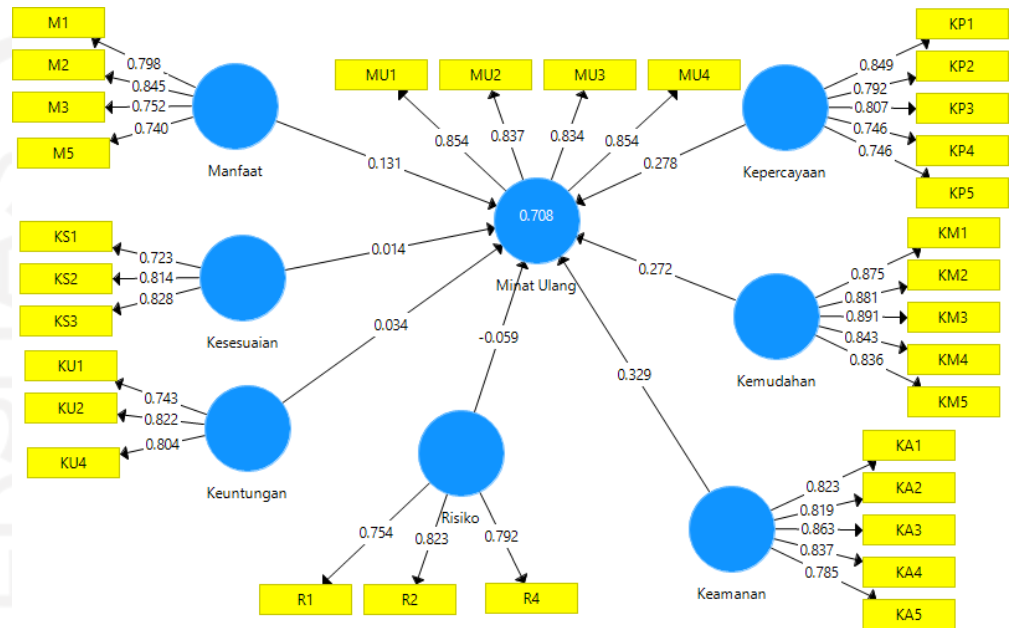
Variabel keamanan memiliki rata-rata 3.42 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat keamanan menggunakan *mobile banking* BSI tergolong cukup tinggi.

Variabel minat ulang memiliki rata-rata 3.54 dan termasuk ke dalam kategori tinggi. Yang berarti bahwa tingkat minat ulang menggunakan *mobile banking* BSI tergolong tinggi.

#### **4.4 Uji Validitas**

Teknik analisis berikutnya adalah analisis dari PLS. Pada gambar 4.1 berikut merupakan hasil uji dari pengukuran menggunakan aplikasi smartPLS yaitu *Outer Model*. Dengan analisis ini mendapatkan hubungan antar suatu indikator dengan variabel latennya. Menurut Ghazali & Lata (2014) Uji *convergent validity* akan terpenuhi jika nilai pada *factor loading* masing-masing

indikator mempunyai nilai  $> 0.7$ . Pada gambar *outer model*, dapat diketahui hasilnya menunjukkan bahwa jika indikator tersebut memiliki factor loading  $> 0.7$ , maka indikator tersebut disebut valid. Hasil pengujian validitas konvergen disajikan pada gambar dan tabel 4.1 berikut.



**Gambar 4.1 Convergent Validity**

**Tabel 4.5 Nilai Outer Loading**

Variabel	Item	Outer Loading	Keterangan
Manfaat	M1	0.798	Valid
	M2	0.845	Valid
	M3	0.752	Valid
	M5	0.740	Valid
Kesesuaian	KS1	0.723	Valid
	KS2	0.814	Valid
	KS3	0.828	Valid
Keuntungan	KU1	0.743	Valid
	KU2	0.822	Valid
	KU4	0.804	Valid
Risiko	R1	0.754	Valid
	R2	0.823	Valid
	R4	0.792	Valid

Kepercayaan	KP1	0.849	Valid
	KP2	0.792	Valid
	KP3	0.807	Valid
	KP4	0.746	Valid
	KP5	0.746	Valid
Kemudahan	KM1	0.875	Valid
	KM2	0.881	Valid
	KM3	0.891	Valid
	KM4	0.843	Valid
	KM5	0.836	Valid
Keamanan	KA1	0.823	Valid
	KA2	0.819	Valid
	KA3	0.863	Valid
	KA4	0.837	Valid
	KA5	0.785	Valid
Minat Ulang	MU1	0.854	Valid
	MU2	0.837	Valid
	MU3	0.834	Valid
	MU4	0.854	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan gambar 4.1 dan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa semua nilai outer loading telah memenuhi syarat *convergent validity* yaitu sebesar di atas 0.70. Nilai paling kecil ditunjukkan oleh KS1 (Kesesuaian) yaitu sebesar 0.723. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator telah valid atau memenuhi *convergent validity*.

Indikator juga dapat dikatakan valid jika pada uji *discriminant validity* nilai *factor loading* lebih tinggi daripada korelasi yang melibatkan variabel latennya (Kock & Lynn, 2012). Untuk menguji *discriminant validity* bisa dilihat pada nilai *cross loading* yang setiap variabelnya  $> 0.70$  (Ghozali & Latan, 2014). Hasil uji *discriminant validity* dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6 Nilai Cross Loading**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Cross Loading</b>	<b>Keterangan</b>
Manfaat	M1	0.798	Valid
	M2	0.845	Valid
	M3	0.752	Valid
	M5	0.740	Valid
Kesesuaian	KS1	0.723	Valid
	KS2	0.814	Valid
	KS3	0.828	Valid
Keuntungan	KU1	0.743	Valid
	KU2	0.822	Valid
	KU4	0.804	Valid
Risiko	R1	0.754	Valid
	R2	0.823	Valid
	R4	0.792	Valid
Kepercayaan	KP1	0.849	Valid
	KP2	0.792	Valid
	KP3	0.807	Valid
	KP4	0.746	Valid
	KP5	0.746	Valid
Kemudahan	KM1	0.875	Valid
	KM2	0.881	Valid
	KM3	0.891	Valid
	KM4	0.843	Valid
	KM5	0.836	Valid
Keamanan	KA1	0.823	Valid
	KA2	0.819	Valid
	KA3	0.863	Valid
	KA4	0.837	Valid
	KA5	0.785	Valid
Minat Ulang	MU1	0.854	Valid
	MU2	0.837	Valid
	MU3	0.834	Valid
	MU4	0.854	Valid

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Dari data yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai cross loading telah memenuhi syarat yaitu di atas 0.70. Hasil ini mengindikasikan bahwa semua indikator telah valid.

#### 4.5 Uji Reliabilitas

Reliabilitas dimaksudkan untuk menentukan seberapa konsisten hasil pengukuran ketika dua atau lebih pengukuran dilakukan untuk gejala yang sama dengan menggunakan instrumen yang sama. Untuk mengetahui bahwa variabel merupakan alat ukur yang reliabel, dapat dilihat pada *composite reliability*. Dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* yaitu di atas 0.70. Berikut tabel hasil dari uji reliabilitas:

**Tabel 4.7 Uji Reliabilitas**

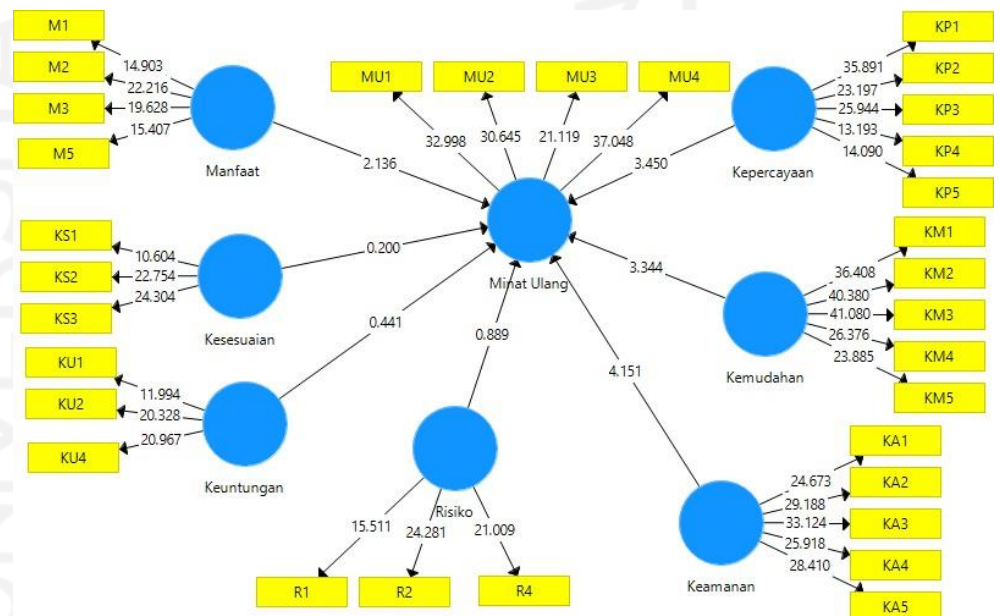
Variabel	Composite Reliability
Manfaat	0.865
Kesesuaian	0.832
Keuntungan	0.833
Risiko	0.833
Kepercayaan	0.892
Kemudahan	0.937
Keamanan	0.915
Minat Ulang	0.909

Sumber: Hasil Olah Data 2022

Berdasarkan tabel di atas, nilai *composite reliability* terendah terdapat pada variabel kesesuaian dengan nilai 0.832, sedangkan yang tertinggi yaitu variabel kemudahan dengan nilai 0.937. Dari tabel tersebut, secara keseluruhan *composite reliability* memiliki nilai  $> 0.70$ , sehingga dapat dikatakan reliabel.

#### 4.6 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7, bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini memenuhi syarat nilai *composite reliability* maupun *cronbach's alpha* yaitu  $> 0.70$ . Penelitian selanjutnya yaitu uji model struktural (*inner model*) yang digunakan untuk menguji hipotesis dan dapat mengetahui hasil yang didapatkan dari uji hipotesis penelitian. Hasilnya yaitu sebagai berikut,



Gambar 4.2 Uji Hipotesis

Untuk melihat pengaruh positif atau negatif variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai original sampel. Nilai signifikan yang digunakan yaitu 1.65 (significant level = 5%) (Ghozali & Latan, 2014). Berikut hasil yang diperoleh pada penelitian,

**Tabel 4.8 Uji Hipotesis**

Hubungan Variabel	Prediksi	Original Sampel (O)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values	Kesimpulan
M-> MU	+	0.131	2.123	0.034	H1 didukung
KS -> MU	+	0.014	0.194	0.847	H2 tidak didukung
KU -> MU	+	0.034	0.448	0.654	H3 tidak didukung
R -> MU	-	-0.059	0.839	0.402	H4 tidak didukung
KP -> MU	+	0.278	3.241	0.001	H5 didukung
KM -> MU	+	0.272	3.258	0.001	H6 didukung
KA -> MU	+	0.329	4.262	0.000	H7 didukung

Keterangan:

M = Manfaat;  
 KS = Kesesuaian;  
 KU = Keuntungan;  
 R = Risiko;  
 KP = Kepercayaan;  
 KM = Kemudahan;  
 KA = Keamanan;  
 MU = Minat Ulang

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel di atas, maka analisis pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Nilai *original sampel* sebesar 0.131 yang artinya bahwa variabel manfaat berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 2.123 dengan nilai p values 0.034, hal ini menunjukkan bahwa variabel manfaat terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis pertama didukung.
2. Nilai *original sampel* sebesar 0.014 yang berarti bahwa variabel kesesuaian berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 0.194 dengan nilai



p values 0.847, hal ini menunjukkan bahwa variabel kesesuaian tidak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis kedua tidak didukung.

3. Nilai *original sampel* sebesar 0.034 yang berarti bahwa variabel keuntungan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 0.448 dengan nilai p values 0.654, hal ini menunjukkan bahwa variabel keuntungan tidak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis ketiga tidak didukung.
4. Nilai *original sampel* sebesar -0.059 yang berarti bahwa variabel risiko berpengaruh negatif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 0.839 dengan nilai p values 0.402, hal ini menunjukkan bahwa variabel risiko tidak terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis keempat tidak didukung.
5. Nilai *original sampel* sebesar 0.278 yang berarti bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 3.241 dengan nilai p values 0.001, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis kelima didukung.
6. Nilai *original sampel* sebesar 0.272 yang berarti bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 3.258 dengan nilai

p values 0.001, hal ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis keenam didukung.

7. Nilai *original sampel* sebesar 0.329 yang berarti bahwa variabel keamanan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sedangkan nilai T-statistic sebesar 4.262 dengan nilai p values 0.000, hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang, maka dari itu hipotesis ketujuh didukung.



## 4.7 Hasil dan Pembahasan

### 4.7.1 Pengaruh Manfaat Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia

#### *Banking* Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 2.123 yang berarti H1 didukung dan nilai original sampel sebesar 0.131 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan nasabah maka semakin besar juga minat untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kurniapura & Nurhadi (2018) dan Laksmi (2016) yang mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Hal ini berarti bahwa semakin tinggi manfaat yang didapatkan, maka semakin tinggi juga minat ulang nasabah dalam menggunakan *mobile banking* tersebut. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh melalui penggunaan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat yaitu yang diyakini individu ketika menggunakan teknologi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan memberi gambaran secara keseluruhan bahwa menggunakan layanan *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja dan mengefisienkan waktu bagi nasabah bank.

#### **4.7.2 Pengaruh Kesesuaian Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 0.194 yang berarti H2 tidak didukung dan nilai original sampel sebesar 0.014 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kesesuaian tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sakina (2017) yang mengungkapkan bahwa variabel kesesuaian tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Dengan begitu semakin tinggi kesesuaian terhadap layanan *mobile banking* belum tentu akan menaikkan minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking*. Hal ini kemungkinan disebabkan karena layanan *mobile banking* kurang konsisten terhadap pengguna yang terdapat suatu nilai dan keyakinan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Mandrata & Sutarso (2019) mendefinisikan kesesuaian (*compatibility*) sebagai sistem dan preferensi pengguna *mobile banking* yang dapat memengaruhi tingkat penerimaan. Dalam hal ini, kesesuaian adalah teknologi yang sesuai dengan potensi nilai pribadi, kebutuhan, dan pengalaman menggunakan *mobile banking*.

#### **4.7.3 Pengaruh Keuntungan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 0.448 yang berarti H3 tidak didukung dan nilai original sampel

sebesar 0.034 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel keuntungan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wandu et al. (2020) yang mengungkapkan bahwa keuntungan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Hal ini berarti nasabah mendapatkan keuntungan yang didapat dari menggunakan *mobile banking* tidak memengaruhi minat ulang dalam menggunakan *mobile banking* tersebut. Sehingga ada atau tidaknya keuntungan tidak berpengaruh kepada minat ulang nasabah untuk menggunakan *mobile banking* tersebut. Menurut Wandu et al. (2020) keuntungan diperoleh setelah mencoba produk, dan konsumen dapat merasakan manfaat dari penggunaan produk dan jasa yang mereka gunakan. Nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* apabila mempunyai keuntungan dalam menggunakannya. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa “Keuntungan relatif akan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking* jika nasabah dapat bertransaksi dengan lebih mudah”.

#### **4.7.4 Pengaruh Risiko Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 0.839 yang berarti H<sub>4</sub> tidak didukung dan nilai original sampel sebesar -0.059 yang bersifat negatif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel risiko tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap minat

ulang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Laksmi (2016) yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* akan tetapi sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniaputra & Nurhadi (2018) yang menyatakan bahwa risiko memiliki pengaruh yang tidak signifikan dan juga penelitian Soon et al (2015:7) yang menyatakan bahwa variabel risiko berpengaruh negatif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking*.

*Mobile banking* memberikan banyak kelebihan dibandingkan dengan transaksi di bank secara langsung. Motivasi seseorang untuk menggunakan *mobile banking* adalah seimbang dengan keuntungan dan kecenderungan positif terhadap *mobile banking*. Dapat kita ketahui bahwa aplikasi BSI Mobile memberikan kemudahan bagi nasabah dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Walaupun risiko tinggi, nasabah mungkin tidak rela memutuskan untuk tidak mengambil bagian dalam transaksi secara online ataupun menggunakan *mobile banking*. Sehingga risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan ulang *mobile banking* tersebut. Persepsi pelanggan tentang risiko biasanya muncul dari tingkat perbedaan antara penilaian pelanggan dan perilaku aktual dan keraguan tentang teknologi yang diharapkan tidak terkirim dan kerusakan yang diakibatkannya. Karena upaya bank untuk meminimalkan risiko, nasabah juga menerima dan memilih untuk menggunakan *mobile banking*.

#### **4.7.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 3.241 yang berarti H5 didukung dan nilai original sampel sebesar 0.278 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh John & Mairizal (2021) dan Restika (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Kepercayaan merupakan faktor yang sangat penting dalam melakukan transaksi online, dikarenakan nasabah bank yakin bahwa komitmen pihak yang dipercaya dapat terpenuhi. Nasabah BSI merasakan keamanan dan kenyamanan serta banyak fitur yang bermanfaat dalam menggunakan *mobile banking*, hal ini nasabah menilai sebagai bentuk komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik untuk nasabah bank. Hal tersebut membuat nasabah memiliki kepercayaan pada bank.

#### **4.7.6 Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 3.258 yang berarti H6 didukung dan nilai original sampel sebesar 0.272 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang

menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh John & Mairizal (2021) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking*.

Hal ini berarti semakin tinggi tingkat kemudahan maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nasabah bank mengetahui cara penggunaan *mobile banking* sehingga *mobile banking* tersebut mudah digunakan dan dipelajari. Definisi persepsi kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi atau produk tersebut akan mudah.

#### **4.7.7 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai *t-statistic* sebesar 4.262 yang berarti H<sub>7</sub> didukung dan nilai original sampel sebesar 0.329 yang bersifat positif. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Margaretha (2020) dan Wandu et al. (2020) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.

Hal ini berarti apabila semakin tinggi tingkat keamanan *mobile banking* maka semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan *mobile banking* tersebut. Dalam transaksi perbankan, keamanan merupakan hal



terpenting yang dicari nasabah ketika menyimpan dananya dan juga data data penting seperti data pribadi nasabah yang sangat sensitif. Oleh karena itu, keamanan aplikasi perbankan sangat penting. Loyalitas nasabah akan meningkat ketika aplikasi *mobile banking* dapat menjamin keamanan data dan transaksi perbankan. Ketika menggunakan *mobile banking*, keamanan adalah salah satu alasan yang menjadi perhatian pelanggan



## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Adapun model dalam penelitian ini dibangun dengan menghubungkan variabel manfaat, kesesuaian, keuntungan risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Dari 7 hipotesis yang dikembangkan, terdapat 4 variabel yang didukung yaitu manfaat, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan.

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka didapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel manfaat terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti semakin tinggi manfaat pada *mobile banking*, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat.
2. Variabel kesesuaian tidak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti meskipun variabel kesesuaian naik atau turun, maka tidak akan memengaruhi kenaikan atau penurunan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.
3. Variabel keuntungan tidak terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti meskipun variabel keuntungan naik atau turun, maka tidak akan memengaruhi kenaikan atau penurunan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.

4. Variabel risiko tidak terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti meskipun variabel risiko naik atau turun, maka tidak akan memengaruhi kenaikan atau penurunan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.
5. Variabel kepercayaan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan pada penggunaan *mobile banking*, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
6. Variabel kemudahan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti semakin tinggi kemudahan pada penggunaan *mobile banking*, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah menggunakan *mobile banking*.
7. Variabel keamanan terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap variabel minat ulang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat keamanan pada penggunaan *mobile banking*, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin tinggi.

## 5.2 Implikasi Penelitian

### 1. Bagi Pihak Lembaga Perbankan

Pihak bank diharapkan mampu meningkatkan tingkat keamanan pada sistem *mobile banking* dengan memperkuat ketahanan sistem, seperti menjauhkan dari domain palsu, pengecekan ATM secara berkala agar tidak terjadi *card trapping*, sehingga nasabah merasa aman, percaya, serta dapat menjaga keamanan dan privasi ketika menggunakan *mobile banking*. Bank juga diharapkan mampu meningkatkan teknologi yang digunakan dalam

*mobile banking*, sehingga nasabah dapat merasakan manfaat yang sebenarnya. Mampu menjamin bahwa informasi pribadi pengguna tak akan dipergunakan oleh pihak ketiga maupun pegawai bank bisa berkomunikasi dengan baik kepada semua nasabah.

## 2. Bagi Pengguna *Mobile Banking*

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pengguna yang berminat ulang menggunakan layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia. Menurut hasil penelitian ini bahwa penggunaan *mobile banking* memiliki banyak kelebihan seperti lebih mudah digunakan, mudah dipahami, efektif, dan praktis sehingga beberapa responden pada penelitian ini merasa berdampak positif bagi nasabah. Diharapkan bagi pengguna *mobile banking* akan tetap terus menggunakan layanan *mobile banking* dalam bertransaksi.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan dan diharapkan dapat disempurnakan pada penelitian berikutnya. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Responden pada penelitian ini hanya nasabah Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta dan yang sudah menggunakan layanan *mobile banking*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan beberapa variabel yang dapat memengaruhi minat ulang menggunakan *mobile banking* yaitu manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan.

3. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini hanya dilakukan dengan penyebaran kuesioner melalui *google form*.

#### **5.4 Saran**

Pada penelitian ini, masih terdapat banyak kesalahan dan segala batasan sehingga agar dapat dilakukan penyempurnaan, maka saran yang dapat diajukan adalah:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan memperluas objek penelitian tidak hanya di Yogyakarta
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan hasil dari penelitian ini seperti menambah variabel baru dengan mengikuti perkembangan agar menambah wawasan yang lebih luas.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah atau mengubah pada metode penelitian seperti teknik pengumpulan datanya ditambah dengan wawancara secara langsung agar informasi yang didapat lebih valid. Selain itu juga bisa mengubah alat uji hipotesisnya, sehingga dapat mencari perspektif baru dan signifikan terhadap objek yang diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anshori, A. (2016). Digitalisasi Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Keuangan dan Bisnis Islam*, 1-18
- Belajarliterasi.com (2021, 20 Desember). Perkembangan Mobile Banking di Indonesia. Diakses pada 20 Desember 2021, dari <https://belajarliterasi.ferisulianta.com/2019/06/perkembangan-mobile-banking-di-indonesia.html>
- Cakra, S. D. P. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan M Banking Pt. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tanggul, Jember.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Dewi, N. K. T. J., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Persepsi Wajib Pajak Mengenai Etika Atas Penggelapan Pajak (Tax Evasion). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18(3), 2534–2564.
- Fishbein, Martin, dan Icek Ajzen. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. *Philosophy & Rhetoric*, 10(2), pp: 130- 132
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J., & Abdillah, W. (2009). *Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. BPF: Yogyakarta.
- Handoko, A. D., & Ronny. (2020). Pengaruh Keamanan, Keandalan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Journal Image*. 9(2), 79–91.
- Hermawan, R. T., & Hasibuan, S. (2016). Analisis Pengaruh Tingkat Pengalaman dan Coaching Style Terhadap Kualitas Kepemimpinan Manajer Proyek Dalam Upaya Peningkatan Produktivitas di PT. JCI. *Jurnal PASTI*, XI(1), 84–97.
- Jhon Fernos, Mairizal Alfadino. (2021). Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*. 16(2), 115–125.
- Jogiyanto Hartono. (2011). *Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta: BPF
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.; and Anderson. R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kurniaputra, A. Y., & Nurhadi, M. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1), 109–120.
- Laksmi, C. (2016). Pengaruh kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah bank bca dalam menggunakan internet banking. *Journal of Research in Economics and Managements*
- Mandrata, M. I., & Sutarso, Y. (2019). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian,

- Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik Dan Risiko Yang Dirasakan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Mandiri Surabaya Yang Dimediasi Niat Perilaku Nasabah. *Journal of Business & Banking*, 9(1), 1–18.
- Nuridin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking ( *Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia ( Persero ) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran* ). 8(2302), 1–9.
- Putu Ayu Mira, Ni Nyoman Kerti Yasa, & I Putu Gede. (2015). Aplikasi Model TAM Pada Perilaku Pengguna Instagram. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
- Restika, A. (2021). Persepsi Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Keamanan dan Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking Jenius. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.31 No.(2), 1154–1168.
- Sakina. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri di Surabaya. *Artikel Ilmiah*, 1-15.
- Setiawan, Y. A., & Sutarso, Y. (2018). Pengaruh Kegunaan, Kesesuaian, Keuntungan Relatif, Motivasi Hedonik, dan Kebiasaan terhadap Penggunaan Mobile Banking BCA Surabaya yang di Mediasi Intensi Menggunakan. *Artikel Ilmiah*, 1–20.
- Shinhan.co.id (2021, 23 Desember). Pengertian Mobile Banking. Diakses pada 23 Desember 2021, dari <https://www.shinhan.co.id/article-listings/read/pengertian-mobile-banking>
- Syaefullah, & Mubiyantoro, A. (2015). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kesesuaian, dan Persepsi Risiko Terhadap Sikap Penggunaan Mobile Banking. *Dk*, 53(9), 1689–1699.
- Sugiyono. (2004). Metode Penelitian Bisnis. CV. Alfabeta.
- Susanti, P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Mobile Banking BCA, BNI, BRI. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(10), 859–872.
- Soon, Ki Lee, Hyung Seok Lee, Sang Yong Kim. (2015). Factors Influencing the Adoption Behavior of Mobile Banking: A South Korean perspective. *Journal of Internet Banking and Commerce*. Vol.10 Issue 5. Pp 1-9
- Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Keuntungan, Persepsi Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bni Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 6(1), 88–96. <https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175>

## **LAMPIRAN I**

### **KUESIONER PENELITIAN**

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Devi ratnaningrum Mahasiswi Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia”.

Berkaitan dengan hal tersebut, saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/i untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian ini dengan jujur sesuai dengan pendapat dan keadaan diri anda yang sesungguhnya. Semua data yang diisi akan terjaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Adapun kriteria responden yaitu pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia yang berada di Yogyakarta.

Demikian permohonan dari saya, kesediaan saudara/i untuk menjawab pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner ini sangat berharga bagi keberhasilan penelitian ini. Atas bantuan dan partisipasi saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Peneliti

Devi Ratnaningrum

A. Identitas Diri



Dimohon untuk menuliskan nama (boleh inisial) dan memilih salah satu pada jenis kelamin dan usia

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Laki – laki, Perempuan
3. Usia : 19 – 21 tahun, 22 – 24 tahun, > 24tahun

Petunjuk pengisian kuesioner

Silahkan pilih alternatif jawaban yang tersedia dari pernyataan di bawah dengan klik pada tempat yang tersedia untuk jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

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

## B. DAFTAR KUESIONER

### A. Persepsi Manfaat menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat dengan menggunakan mobile banking.				
2.	Saya dapat meningkatkan efektivitas dalam bertransaksi menggunakan mobile banking.				
3.	Saya dapat mengakses segala informasi yang berhubungan dengan transaksi perbankan dengan mobile banking.				
4.	Menggunakan mobile banking sangat fleksibel karena dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.				
5.	Saya merasa menggunakan mobile banking sangat bermanfaat.				

### B. Persepsi Kesesuaian menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
.					

1.	Saya merasa sesuai dengan produk yang ditawarkan oleh penyedia layanan mobile banking				
2.	Saya merasa menggunakan mobile banking sesuai dengan kebutuhan dan dimudahkan dengan teknologi yang selalu berinovasi.				
3.	Saya semakin yakin dan nyaman menggunakan layanan mobile banking				

C. Persepsi Keuntungan menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Dengan menggunakan mobile banking dapat membayar tagihan dengan mudah dan tepat waktu.				
2.	Mobile banking dapat melakukan transaksi perbankan kapan saja melalui smartphone.				
3.	Mobile banking memberikan akses informasi tiap menit dari saldo akun saya.				

4.	Saya merasa sangat beruntung menggunakan mobile banking karena tidak perlu datang ke bank untuk melakukan transaksi perbankan.				

D. Persepsi Risiko menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Mobile banking tidak berakibat tinggi dalam kehilangan uang.				
2.	Mobile banking dilengkapi dengan password/kata sandi sehingga data/informasi nasabah aman.				
3.	Mobile banking jarang terjadi eror system				
4.	Saya tidak khawatir bertransaksi menggunakan mobile banking karena keakuratan proses dan data terjamin keamanan serta kerahasiaannya				

E. Persepsi Kepercayaan menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa yakin dan percaya untuk menggunakan mobile banking dalam melakukan transaksi perbankan.				
2.	Transaksi transfer dana melalui mobile banking dapat dipercaya.				
3.	Saya merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakan mobile banking.				
4.	Saya yakin semua data yang diproses melalui mobile banking tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.				
5.	Saya tidak khawatir memberikan informasi keuangan bila bertransaksi menggunakan mobile banking.				

F. Persepsi Kemudahan menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	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 dimengerti.				
4.	Saya merasa mobile banking sangat fleksibel untuk digunakan.				
5.	Secara keseluruhan, saya merasa mudah untuk menggunakan mobile banking.				

G. Persepsi Keamanan menggunakan mobile banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Kerahasiaan data mobile banking akan terjaga karena transaksi dilakukan sendiri.				
2.	Kerahasiaan data pribadi saya terjamin dalam transaksi dengan mobile banking.				
3.	Bank memiliki pengendalian cukup baik dalam melindungi data pribadi dan keuangan saya.				

4.	Bank memberikan jaminan keamanan saldo saya di rekening.				
5.	Saya menggunakan mobile banking berdasarkan pertimbangan tingkat kerahasiaan bank.				

#### H. Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking

No	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Mobile banking dapat melakukan segala macam transaksi yang saya butuhkan				
2.	Saya akan terus menggunakan mobile banking untuk menunjang kelancaran dalam melakukan transaksi online.				
3.	Saya akan merekomendasikan mobile banking kepada orang lain.				
4.	Dengan berbagai keuntungan yang saya dapatkan, saya menyarankan nasabah lain untuk menggunakan mobile banking.				



**LAMPIRAN II**  
**REKAP DATA KUESIONER**

<b>M1</b>	<b>M2</b>	<b>M3</b>	<b>M4</b>	<b>M5</b>	<b>KS1</b>	<b>KS2</b>	<b>KS3</b>
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	3



3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	2	4	3
4	4	4	4	3	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	3	4	3	4	3
3	3	2	4	4	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4

3	4	2	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

4	4	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	4	4	3	4	4
4	3	3	4	3	3	3	2
4	4	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	4
4	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	3	4	4

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

KU1	KU2	KU3	KU4	R1	R2	R3	R4
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	3	4	3
4	4	4	4	3	4	3	4

4	4	3	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	3	3	3	3	4	3
3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3
4	3	4	4	4	3	4	4
4	4	3	4	3	4	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	2	3	3	3
4	4	4	3	2	3	3	3
3	4	3	4	2	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4
4	4	3	4	4	4	3	4
3	3	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	2	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	4
2	3	2	2	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	2	3
3	3	2	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	3	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	3	4	2	4
4	4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	3	3	3
4	4	3	4	3	3	3	3
2	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	3	3	3
4	4	3	3	3	3	3	3

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

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

4	4	4	4	3	4	3	3	
4	4	3	3	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	3	4	
3	3	3	3	3	4	3	3	
2	4	4	4	3	3	2	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	3	3	4	3	3	
3	3	4	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	3	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	3	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	2	3
3	4	3	3	3	3	2	4	
4	4	4	3	2	3	3	2	
4	4	3	4	3	4	3	3	
4	4	4	4	3	3	3	2	
4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	4	4	3	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	2	3	3	4	2	3	
4	4	4	4	2	3	3	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	
3	4	3	4	3	4	3	4	
4	3	4	4	4	4	4	3	
3	4	3	4	3	4	4	4	
3	4	4	4	4	3	3	4	
3	4	3	3	4	3	3	4	
3	4	3	4	4	4	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	3	4	3	4	3	4	

KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	2	3	4	4	4	3



3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4
3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4
3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4
3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4
4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	3	4	4	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3

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

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

KA1	KA2	KA3	KA4	KA5	MU1	MU2	MU3	MU4
4	4	4	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3

3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	2	2	3	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	2	3	3	4	4	2
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	2	3	2	2	2	2	2	2
3	3	3	4	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	2	2	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	3	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4	2	4
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

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

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

*Keterangan:*  
*M = Manfaat;*



*KS = Kesesuaian;*  
*KU = Keuntungan;*  
*R = Risiko;*  
*KP = Kepercayaan;*  
*KM = Kemudahan;*  
*KA = Keamanan;*  
*MU = Minat Ulang*

**LAMPIRAN III**  
**HASIL OLAH DATA**

**Tabel 1. Outer Loading**

	KA	KM	KP	KS	KU	M	MU	R
<b>KA1</b>	<b>0.823</b>							
<b>KA2</b>	<b>0.819</b>							
<b>KA3</b>	<b>0.863</b>							
<b>KA4</b>	<b>0.837</b>							
<b>KA5</b>	<b>0.785</b>							
<b>KM1</b>		<b>0.875</b>						
<b>KM2</b>		<b>0.881</b>						
<b>KM3</b>		<b>0.891</b>						
<b>KM4</b>		<b>0.843</b>						
<b>KM5</b>		<b>0.836</b>						
<b>KP1</b>			<b>0.849</b>					
<b>KP2</b>			<b>0.792</b>					
<b>KP3</b>			<b>0.807</b>					
<b>KP4</b>			<b>0.746</b>					
<b>KP5</b>			<b>0.746</b>					
<b>KS1</b>				<b>0.723</b>				
<b>KS2</b>				<b>0.814</b>				

KS3				<b>0.828</b>				
KU1					<b>0.743</b>			
KU2					<b>0.822</b>			
KU4					<b>0.804</b>			
M1						<b>0.798</b>		
M2						<b>0.845</b>		
M3						<b>0.752</b>		
M5						<b>0.740</b>		
MU1							<b>0.854</b>	
MU2							<b>0.837</b>	
MU3							<b>0.834</b>	
MU4							<b>0.854</b>	
R1								<b>0.754</b>
R2								<b>0.823</b>
R4								<b>0.792</b>

Tabel 2. Cross Loading

	KA	KM	KP	KS	KU	M	MU	R
KA1	<b>0.823</b>	0.423	0.596	0.359	0.325	0.346	0.521	0.609
KA2	<b>0.819</b>	0.500	0.622	0.418	0.376	0.322	0.556	0.609
KA3	<b>0.863</b>	0.529	0.621	0.538	0.381	0.350	0.601	0.612
KA4	<b>0.837</b>	0.526	0.606	0.508	0.395	0.398	0.611	0.553
KA5	<b>0.785</b>	0.421	0.563	0.425	0.411	0.350	0.687	0.474
KM1	0.461	<b>0.875</b>	0.558	0.585	0.581	0.556	0.635	0.366
KM2	0.498	<b>0.881</b>	0.523	0.599	0.545	0.533	0.621	0.414
KM3	0.546	<b>0.891</b>	0.548	0.585	0.541	0.508	0.636	0.458
KM4	0.500	<b>0.843</b>	0.523	0.564	0.612	0.453	0.585	0.432
KM5	0.514	<b>0.836</b>	0.553	0.560	0.467	0.433	0.613	0.449
KP1	0.596	0.541	<b>0.849</b>	0.499	0.491	0.466	0.652	0.664
KP2	0.556	0.503	<b>0.792</b>	0.486	0.547	0.380	0.583	0.519
KP3	0.525	0.518	<b>0.807</b>	0.492	0.499	0.398	0.602	0.488
KP4	0.631	0.437	<b>0.746</b>	0.420	0.406	0.298	0.526	0.581
KP5	0.578	0.459	<b>0.746</b>	0.417	0.381	0.378	0.538	0.579
KS1	0.389	0.473	0.372	<b>0.723</b>	0.412	0.471	0.424	0.366
KS2	0.391	0.496	0.421	<b>0.814</b>	0.515	0.354	0.506	0.311
KS3	0.514	0.610	0.588	<b>0.828</b>	0.615	0.565	0.513	0.436
KU1	0.402	0.375	0.444	0.468	<b>0.743</b>	0.392	0.401	0.285
KU2	0.279	0.447	0.385	0.428	<b>0.822</b>	0.524	0.427	0.267
KU4	0.406	0.639	0.552	0.630	<b>0.804</b>	0.526	0.543	0.423
M1	0.213	0.329	0.294	0.361	0.436	<b>0.798</b>	0.362	0.235

<b>M2</b>	0.329	0.362	0.359	0.440	0.481	<b>0.845</b>	0.422	0.303
<b>M3</b>	0.379	0.512	0.407	0.465	0.460	<b>0.752</b>	0.508	0.391
<b>M5</b>	0.388	0.552	0.447	0.537	0.533	<b>0.740</b>	0.460	0.334
<b>MU1</b>	0.582	0.562	0.596	0.462	0.526	0.454	<b>0.854</b>	0.427
<b>MU2</b>	0.660	0.703	0.664	0.578	0.546	0.470	<b>0.837</b>	0.510
<b>MU3</b>	0.542	0.538	0.534	0.482	0.416	0.485	<b>0.834</b>	0.457
<b>MU4</b>	0.661	0.593	0.682	0.531	0.487	0.516	<b>0.854</b>	0.537
<b>R1</b>	0.553	0.309	0.485	0.368	0.286	0.273	0.405	<b>0.754</b>
<b>R2</b>	0.526	0.463	0.524	0.390	0.360	0.358	0.478	<b>0.823</b>
<b>R4</b>	0.556	0.377	0.682	0.354	0.349	0.342	0.474	<b>0.792</b>

**Tabel 3. Uji Discriminant Validity**

	KA	KM	KP	KS	KU	M	MU	R
<b>Keamanan</b>	0.826							
<b>Kemudahan</b>	0.582	0.866						
<b>Kepercayaan</b>	0.728	0.625	0.789					
<b>Kesesuaian</b>	0.548	0.669	0.589	0.790				
<b>Keuntungan</b>	0.461	0.634	0.592	0.657	0.790			
<b>Manfaat</b>	0.429	0.575	0.490	0.585	0.614	0.785		
<b>Minat Ulang</b>	0.728	0.714	0.738	0.611	0.588	0.570	0.845	
<b>Risiko</b>	0.688	0.489	0.717	0.469	0.422	0.413	0.575	0.790

**Tabel 4. Construct Reliability and Validity**

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
<b>Keamanan</b>	<b>0.884</b>	<b>0.887</b>	<b>0.915</b>	<b>0.682</b>
<b>Kemudahan</b>	<b>0.916</b>	<b>0.917</b>	<b>0.937</b>	<b>0.749</b>
<b>Kepercayaan</b>	<b>0.848</b>	<b>0.853</b>	<b>0.892</b>	<b>0.623</b>
<b>Kesesuaian</b>	<b>0.697</b>	<b>0.707</b>	<b>0.832</b>	<b>0.624</b>
<b>Keuntungan</b>	<b>0.703</b>	<b>0.715</b>	<b>0.833</b>	<b>0.624</b>
<b>Manfaat</b>	<b>0.793</b>	<b>0.793</b>	<b>0.865</b>	<b>0.616</b>
<b>Minat Ulang</b>	<b>0.867</b>	<b>0.871</b>	<b>0.909</b>	<b>0.714</b>
<b>Risiko</b>	<b>0.699</b>	<b>0.705</b>	<b>0.833</b>	<b>0.624</b>

**Tabel 5. Path Coefficient (Mean, STDEV,T-Values)**

	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
<b>Keamanan -&gt; Minat Ulang</b>	0.329	0.326	0.077	4.262	<b>0.000</b>
<b>Kemudahan -&gt; Minat Ulang</b>	0.272	0.273	0.083	3.258	<b>0.001</b>
<b>Kepercayaan -&gt; Minat Ulang</b>	0.278	0.276	0.086	3.241	<b>0.001</b>
<b>Kesesuaian -&gt; Minat Ulang</b>	0.014	0.013	0.073	0.194	<b>0.847</b>
<b>Keuntungan -&gt; Minat Ulang</b>	0.034	0.041	0.077	0.448	<b>0.654</b>
<b>Manfaat -&gt; Minat Ulang</b>	0.131	0.129	0.062	2.123	<b>0.034</b>
<b>Risiko -&gt; Minat Ulang</b>	-0.059	-0.059	0.070	0.839	<b>0.402</b>

