

**Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking***

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Alike Kholilulloh Anwar
Nomor Mahasiswa : 21313145
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

**Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas
Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking***

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang Strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
pada Fakultas Bisnis dan ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Alike Kholilulloh Anwar
Nomor Mahasiswa : 21313145
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman penulisan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Maret 2025

Penulis,



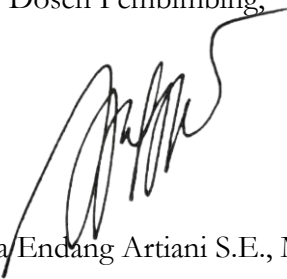
Alika Kholilulloh Anwar

PENGESAHAN

Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam
Indonesia Terhadap Penggunaan Mobile Banking

Nama	: Alika Kholilulloh Anwar
Nomor Mahasiswa	: 21313145
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 9 Maret 2025
Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Listya Endang Artiani S.E., M.Si

BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Terhadap
Penggunaan Mobile Banking**

Disusun oleh : ALIKA KHOLILULLOH ANWAR

Nomor Mahasiswa : 21313145

**Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 16 April 2025**

Penguji/Pembimbing Skripsi : Listya Endang Artiani, SE.,M.Si.

Penguji : Moh.Bekti Hendrie Anto, SE., M.Sc.

**Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia**



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking*.” Sebagai syarat kelulusan jenjang Pendidikan Strata 1 Prodi Ekonomi Pembangunan. Shalawat serta salam penulis panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Tidak lupa penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ayah penulis yang selalu menjadi tujuan penulis untuk hidup dan berkembang. Untuk ibu dan papa terima kasih karena atas do'a, restu dan kasih sayang yang diberikan kepada penulis.
2. Olivia Dwi Kumala, S.Psi., M.Psi., Psikolog. dan Dr. dr. Bambang Hasta Yoga Sp.KJ yang telah memberikan bimbingan yang luar biasa dan dukungan penuh dalam proses terapi dan pemulihan penulis sehingga bisa berada di titik ini.
3. Listya Endang Artiani, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing proses penulisan skripsi ini, memberikan arahan, dan memberikan semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan sangat baik.
4. Sahabat penulis Ayis, Fattih, Bisma, Hanan, Agung, Irsyad, Kak Aqila, Salma, Ghina, Rhadia dan teman – teman lain. Terimakasih selalu menemani dalam suka dan menjadi sandaran dalam duka. Kehadiran kalian bukan hanya menemani, tetapi juga membentuk mozaik pengalaman yang tak ternilai. Terimakasih atas segala cinta, perhatian dan kebersamaan yang diberikan kepada penulis

5. Terakhir, penulis menyampaikan terimakasih kepada diri sendiri. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah dan terus bertahan di tengah bisingsnya pikiran yang tidak ramah. Terimakasih tetap melangkah untuk kembali jatuh cinta pada diri sendiri, meskipun dengan langkah yang pelan tetapi pada akhirnya dapat menuju akhir yang membanggakan ini. Terimakasih telah membuktikan bahwa di tengah segala keraguan, masih banyak cinta dan kepedulian yang tulus mengelilingi.

Yogyakarta, 10 Maret 2025



Alika Kholilulloh Anwar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA TUGAS AKHIR/SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2. Manfaat penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Transformasi Digital Perbankan.....	11
2.2.2 <i>Mobile banking</i>	14
2.2.3 Gaya Hidup	16
2.2.4 Persepsi Kemudahan	17
2.2.5 Persepsi Manfaat	18
2.3 Hipotesis Penelitian	20
2.4 Kerangka Penelitian	20

BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1. Jenis dan Cara Pengumpulan Data.....	22
3.1.1. Jenis Penelitian.....	22
3.1.2. Cara Pengumpulan Data.....	22
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	24
3.2.1. Variabel Dependensi.....	25
3.2.2. Variabel Independen	26
3.3. Metode Analisis Data	28
3.3.1. Uji Instrumen Penelitian.....	28
3.3.2. Uji Asumsi Klasik	29
3.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	31
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Deskripsi Data Penelitian	35
4.2. Temuan Hasil Penelitian	35
4.2.1. Hasil Pengumpulan Data.....	35
4.2.2. Karakteristik Responden	35
4.3. Metode Analisis Data	37
4.3.1. Uji Instrumen Penelitian	37
4.3.2. Uji Asumsi Klasik	39
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	41
4.4. Pembahasan.....	45
4.4.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i> oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.....	45
4.4.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i> oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia ..	46
4.4.3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan <i>Mobile banking</i> oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.....	47
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI	48

5.1.	Kesimpulan	48
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	49
5.3.	Implikasi.....	49
DAFTAR PUSTAKA		51

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 4. 1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4. 2 Hasil Responden Berdasarkan Jurusan.....	36
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	41
Tabel 4. 8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji F (Simultan).....	44
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (Bank Indonesia, 2024).....	1
Gambar 2. 1 Ilustrasi <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	13
Gambar 2. 2 Ilustrasi <i>Theory of Planned Behavior Model</i>	15
Gambar 2. 3 Ilustrasi <i>Expectation Confirmation Theory</i>	19
Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian	21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Hasil Kuersioner Karakteristik Responden.....	54
Lampiran III. Daftar Pertanyaan Kuersioner.....	55
Lampiran IV. Hasil Uji Validitas	60
Lampiran V. Hasil Uji Reliabilitas	62
Lampiran VI. Hasil Uji Normalitas	64
Lampiran VII. Hasil Uji Multikolinieritas	65
Lampiran VIII. Hasil Uji Heteroskedastisitas	66
Lampiran IX. Hasil Regresi Linier Berganda	67
Lampiran X. Hasil Kuersioner 104 Responden	64

ABSTRAK

Digitalisasi sektor perbankan memungkinkan transaksi keuangan lebih cepat, aman dan efisien. Salah satunya melalui *mobile banking*. Sebagai kota pelajar, sebagian mahasiswa Yogyakarta berasal dari luar kota. Sehingga penggunaan layanan perbankan menjadi hal yang penting. Universitas Islam Indonesia merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang mahasiswanya sangat aktif dalam berbagai kegiatan dan interaksi sosial. Mereka cenderung mengikuti indikator gaya hidup yang sedang populer dengan perkembangan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* di kalangan mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dengan meningkatnya penggunaan teknologi digital di lingkungan mahasiswa, *mobile banking* muncul sebagai solusi yang mempermudah transaksi keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang melibatkan 104 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar melalui *google form*. Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*, di mana mahasiswa dengan gaya hidup yang lebih modern dan aktif cenderung lebih memanfaatkan teknologi ini. Selain itu, persepsi manfaat dan kemudahan juga terbukti berkontribusi positif dalam meningkatkan adopsi *mobile banking*. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pihak bank dalam mengembangkan layanan yang lebih sesuai bagi segmen mahasiswa, serta bagi universitas dalam penyusunan program literasi digital keuangan yang lebih efektif.

Kata kunci: Gaya hidup, Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, *Mobile banking*, Mahasiswa.

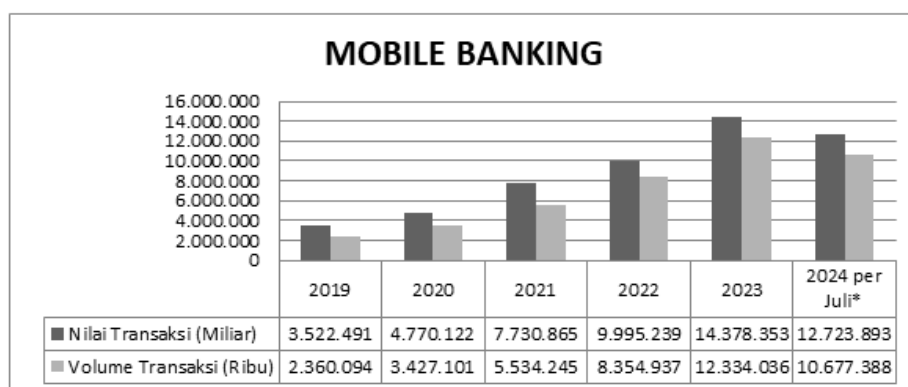
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, Di era Revolusi Industri 4.0, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara hidup masyarakat, termasuk di kalangan mahasiswa. salah satunya digitalisasi bidang keuangan dan perbankan. Kegiatan utama dalam bidang keuangan dan perbankan adalah transaksi keuangan yang menjadi elemen vital menggerakkan roda ekonomi di setiap strata masyarakat, dari individu hingga korporasi besar.

Digitalisasi sektor perbankan telah memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan lebih cepat, aman, dan efisien. Sehingga masyarakat pun kini memiliki beragam opsi untuk melakukan transaksi. Salah satunya *Mobile banking* atau m-Banking, layanan transaksi perbankan melalui media *handphone* baik dalam bentuk aplikasi *m-Banking* atau aplikasi yang disediakan oleh operator seluler (Otoritas Jasa Keuangan, 2019).



Gambar 1. 1 Statistik Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan Indonesia (Bank Indonesia, 2024)

Data indikator sistem pembayaran dan infrastruktur pasar keuangan Indonesia menunjukkan adanya peningkatan volume transaksi ataupun nilai transaksi *mobile banking* setiap tahunnya. Ini menunjukkan adanya minat yang tinggi terhadap penggunaan *mobile banking*. Di kalangan mahasiswa, penggunaan *mobile banking* semakin meningkat seiring dengan gaya hidup yang serba cepat dan kebutuhan untuk mengelola keuangan dengan lebih baik.

Pada penelitian yang dilakukan (Pulungan & Febriaty, 2021) menemukan bahwa gaya hidup hedonis mahasiswa yang dipengaruhi oleh tren sosial media akan menghasilkan perilaku konsumtif yang tinggi. Gaya hidup yang tinggi cenderung mendorong seseorang untuk berbelanja lebih banyak demi memenuhi keinginan dibandingkan dengan kebutuhannya (Angelina, 2024).

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (2008), gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari sekelompok manusia dalam masyarakat. Menurut Setiadi (2010) gaya hidup adalah Cara hidup seseorang terdiri dari cara mereka menghabiskan waktu, pendapat mereka, tentang diri mereka sendiri, dan lingkungan mereka.

Sebagai kota pelajar, Yogyakarta memiliki jumlah mahasiswa yang kebanyakan jauh dari kota asalnya. Sehingga pemilihan layanan perbankan yang akan digunakan sehari-hari akan menjadi faktor penting. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa membutuhkan akses layanan perbankan yang mudah dan efisien. Persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh positif terhadap sikap mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking* (Handareni, 2017). Faktor-faktor ini penting untuk dipertimbangkan karena dapat mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam mengadopsi teknologi *mobile banking* sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

Menurut hasil Survei Biaya Hidup Mahasiswa (SBHM) 2024 menunjukkan bahwa mahasiswa Yogyakarta menghabiskan Rp.2.900.000 per bulan yang artinya pengeluaran ini lebih tinggi dari UMR Daerah Istimewa Yogyakarta (Pusat Studi

Ekonomi Keuangan dan Industri Digital UPN “Veteran” Yogyakarta) . Salah satu komponen pengeluaran utama mahasiswa adalah gaya hidup yang mencapai 23% dari total pengeluaran. Dengan demikian, penggunaan teknologi digital seperti *mobile banking* memiliki potensi sangat besar dalam membantu mahasiswa mengatur dan menghemat pengeluaran mereka.

Universitas Islam Indonesia (UII) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terbesar di Yogyakarta. Mahasiswa UII sangat aktif dalam berbagai kegiatan dan interaksi sosial. Mereka cenderung mengikuti indikator gaya hidup yang sedang populer dengan perkembangan zaman. Berdasarkan penelitian (Angelina, 2024) yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia mendapatkan hasil bahwa gaya hidup yang tinggi berkontribusi pada perilaku konsumtif yang meningkat. Dalam hal ini, penggunaan *mobile banking* dapat menjadi salah satu faktor yang memfasilitasi gaya hidup tersebut.

Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *mobile banking* terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, ada beberapa masalah yang akan dianalisis yaitu:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
2. Menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia
3. Menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

1.3.2. Manfaat penelitian

1. Data tingkat penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dapat menjadi referensi bagi penelitian lanjutan dalam bidang perilaku konsumen digital serta bermanfaat bagi pihak bank untuk memahami potensi pasar pengguna *mobile banking* di kalangan mahasiswa. Pihak universitas bisa memanfaatkan informasi ini untuk mengembangkan edukasi literasi keuangan modern untuk mahasiswa.
2. Memahami faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking* dapat membantu pihak bank dalam mengembangkan layanan yang lebih sesuai untuk segmen ini, sedangkan pihak universitas dapat memanfaatkannya untuk merancang program literasi digital keuangan yang aman. Mahasiswa diharapkan lebih waspada dalam fungsionalitas dan keamanan ketika menggunakan teknologi keuangan.

3. Hasil penelitian mengenai pengaruh *mobile banking* terhadap gaya hidup dan pola konsumsi mahasiswa akan memperbanyak literatur mengenai dampak teknologi finansial terhadap generasi muda. Selain itu, manfaat praktis bagi mahasiswa meliputi peningkatan kesadaran tentang pola konsumsi dan pengelolaan keuangan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA & LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan elemen penting yang harus ada dalam melakukan penelitian. Melalui kajian pustaka, peneliti mengumpulkan dan menganalisis hasil – hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Dalam penelitian gaya hidup mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia terhadap penggunaan *mobile banking*, peneliti mencari informasi dan bukti empiris melalui jurnal ataupun publikasi skripsi yang penelitiannya sudah dilakukan sebelumnya. Selain itu, untuk menghindari terjadinya duplikasi penelitian. Penentuan penelitian sebelumnya ini berlandaskan pada kesamaan antar variabel. Berikut adalah beberapa rujukan dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, antara lain:

Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian dan Tahun	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Angelina, 2024)	• Gaya hidup • Promosi • Lingkungan sosial • Media sosial • Kemudahan akses marketplace	Menggunakan metode kuantitatif regresi linier berganda	• Gaya hidup memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini sejalan dengan gaya hidup yang tinggi cenderung mendorong individu untuk berbelanja lebih banyak demi memenuhi

				keinginan dan kesenangan. Dengan adanya akses mudah ke teknologi, seperti smartphone, mahasiswa dapat dengan cepat mengakses marketplace. • Lingkungan sosial dan media sosial terbukti memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Interaksi dengan teman dan pengaruh dari media sosial dapat mendorong mahasiswa untuk mengikuti pembelian yang mungkin tidak diperlukan. • Meskipun promosi sering dianggap sebagai alat penting dalam pemasaran, penelitian ini menemukan bahwa promosi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku
--	--	--	--	--

				konsumtif mahasiswa. Hal ini mungkin disebabkan oleh kurangnya daya tarik dalam strategi promosi yang diterapkan,
2.	(Giri, 2024)	• Harapan kinerja • Harapan usaha • Pengaruh sosial • Kondisi yang memfasilitasi • Motivasi hedonis	Menggunakan Kuantitatif dengan	• Harapan kinerja memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku dalam menggunakan <i>mobile banking</i>. Hal ini sejalan dengan teori UTAUT yang menyatakan bahwa pengguna cenderung lebih termotivasi untuk menggunakan teknologi jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut akan meningkatkan kinerja mereka • Pengaruh sosial terbukti berpengaruh positif terhadap niat pengguna. Ini menunjukkan bahwa rekomendasi dari teman, keluarga, atau lingkungan sosial dapat

				mendorong individu untuk menggunakan <i>mobile banking</i>, yang mencerminkan pentingnya aspek sosial dalam adopsi teknologi • Motivasi hedonis berpengaruh positif menunjukkan bahwa aspek kesenangan dan kepuasan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> sangat penting. Pengguna cenderung lebih memilih layanan yang tidak hanya fungsional tetapi juga memberikan pengalaman yang menyenangkan
3.	(Saputri <i>et al.</i> , 2023)	• Persepsi kemudahan penggunaan • Persepsi manfaat • Pengaruh terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	Menggunakan metode kuantitatif kuersioner	Kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan ini. Dengan antarmuka yang user-friendly dan akses yang mudah, mahasiswa lebih cenderung untuk

				mengadopsi <i>mobile banking</i> sebagai alat transaksi utama mereka.
4.	(Sarmiana Batubara, Ihdi Aini, 2021)	• Faktor kenyamanan • Faktor manfaat • Faktor kepercayaan • Faktor risiko • Minat penggunaan <i>mobile banking</i>	Menggunakan metode kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung lebih tertarik menggunakan layanan <i>mobile banking</i> jika mereka merasa nyaman dengan antarmuka dan prosesnya, serta jika mereka merasakan manfaat yang jelas dari penggunaan layanan tersebut. Kepercayaan juga menjadi faktor kunci, di mana generasi milenial lebih memilih layanan yang mereka anggap aman dan dapat diandalkan.
5.	(Arifin <i>et al.</i> , 2021)	• Performance Expectancy • Effort Expectancy • Social Influence • Facilitating conditions • Hedonic motivation • Price value • Habit • Perilaku konsumsi	Metode kuantitatif dengan model UTAUT2 (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2).	Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana kemudahan akses dan fitur-fitur yang ditawarkan oleh aplikasi <i>mobile banking</i> dapat mendorong pengeluaran yang lebih tinggi di kalangan generasi muda, serta potensi risiko yang mungkin timbul dari perilaku konsumtif yang

				meningkat.
--	--	--	--	------------

Dari penelitian – penelitian sebelumnya mengenai penggunaan *mobile banking*, penelitian yang akan peneliti buat secara khusus membahas pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap gaya hidup mahasiswa. Penelitian-penelitian lain biasanya hanya berfokus pada Persepsi manfaat dan kemudahan, oleh karena itu dalam penelitian ini menambahkan variabel gaya hidup sebagai faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda. Selain itu, yang membedakan penelitiann ini adalah lokasi penelitian yang lebih spesifik yaitu di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Fokus pada mahasiswa memberikan konteks yang relevan, mengingat karakteristik dan perilaku kelompok ini berinteraksi dengan teknologi keuangan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Transformasi Digital Perbankan

Cepatnya perkembangan teknologi informasi, masyarakat di seluruh dunia telah memasuki era baru yaitu Revolusi Industri 4.0. Pemanfaatan penggunaan berbagai teknologi pada sektor jasa keuangan telah membawa dampak perubahan signifikan terhadap indikator perbankan. Perubahan perilaku konsumsi masyarakat terhadap bank digital mendorong perbankan untuk mempercepat proses transformasi perbankan digital. Mengingat Indonesia merupakan negara perekonomian yang memiliki potensi besar dalam mengadopsi digitalisasi, maka tuntutan digitalisasi operasional perbankan semakin diperkuat oleh berbagai faktor yang mendukung perkembangan bank digital di Indonesia(Otoritas Jasa Keuangan, 2020).

Faktor pendorong ini tercermin dalam tiga dimensi utama yaitu peluang digital, perilaku digital, dan transaksi digital. Peluang digital mencakup potensi

demografi, potensi ekonomi dan keuangan digital, potensi meluasnya penggunaan Internet, dan potensi pertumbuhan jumlah konsumen. Dampak pandemi Covid-19 juga mendorong percepatan transformasi digital karena semua aktivitas beralih secara *online* sehingga menimbulkan perilaku digital dari *physical economy* menjadi *virtual economy*. Perilaku digital mencakup kepemilikan perangkat dan penggunaan aplikasi seluler. Transformasi digital menghadapi tantangan yang perlu diperhatikan. Tantangan-tantangan tersebut mencakup perlindungan data pribadi dan risiko pelanggaran data, risiko investasi teknologi yang tidak sejalan dengan strategi bisnis, risiko penyalahgunaan teknologi kecerdasan buatan, risiko serangan siber, dan risiko outsourcing. (Otoritas Jasa Keuangan, 2020). Berikut teori dan pendekatan utama yang berkaitan dengan transformasi digital di sektor perbankan:

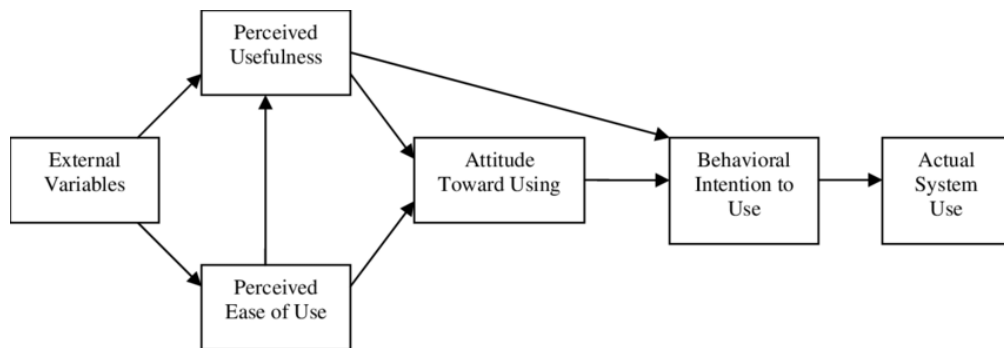
- Teori Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) adalah kerangka kerja yang dikembangkan untuk memahami bagaimana pengguna menerima dan mengadopsi teknologi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. Pada awalnya, TAM difokuskan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi baru. Namun, dengan kemajuan teknologi TAM kini diterapkan dalam berbagai bidang diantaranya teknologi mobile, media sosial dan *internet of things* (IoT).

TAM dapat berkontribusi pada berbagai tahapan siklus pengembangan perangkat lunak. Pertama, tahap analisis kebutuhan yaitu untuk mengetahui kebutuhan pengguna terhadap teknologi yang sedang dikembangkan. Tahap kedua yaitu perancangan, pada tahap ini TAM digunakan agar teknologi yang dirancang lebih mudah diakses dan lebih berguna bagi pengguna. Ketiga, tahap

pengujian yang berguna untuk mengukur penerimaan teknologi oleh pengguna. Tahap terakhir yaitu peluncuran dan penggunaan (Wicaksono, 2022).

Dalam Technology Acceptance Model (TAM) adopsi teknologi dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu persepsi kegunaan atau manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan.



Gambar 2. 1 Ilustrasi *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) dalam transformasi digital perbankan menyediakan dasar teori yang kuat bagi bank untuk merancang dan mengimplementasikan inovasi teknologi yang bisa diterima nasabah. TAM memainkan peran penting dengan membantu memahami faktor-faktor yang mendorong atau menghambat adopsi teknologi digital dalam perbankan. Dengan meningkatkan persepsi nasabah, bank dapat mempercepat transformasi digital dan mendorong adopsi layanan digital mereka.

- Teori Teknologi Disruptif

Teori yang diperkenalkan oleh Clayton Christensen (1995) ini menjelaskan bagaimana inovasi yang lebih sederhana dan lebih murah dapat mengganggu pasar yang sudah mapan. Teknologi disruptif tidak langsung mengungguli teknologiyang ada dalam kinerja, tetapi menawarkan solusi yang lebih sesuai

dengan kebutuhan pasar yang baru atau kurang terlayani. Agar berhasil dalam menghadapi perubahan disruptif, perusahaan perlu mencari pasar awal untuk teknologi baru, melakukan uji coba dengan cepat dan mengelola inovasi dengan fleksibel dan biaya rendah.

Teori ini menekankan pentingnya kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Karena seiring dengan berjalannya waktu, kebutuhan dan harapan pelanggan juga berubah. Sehingga mereka memungkinkan mencari solusi yang lebih mudah, cepat dan terjangkau yang membuat perusahaan terus berinovasi.

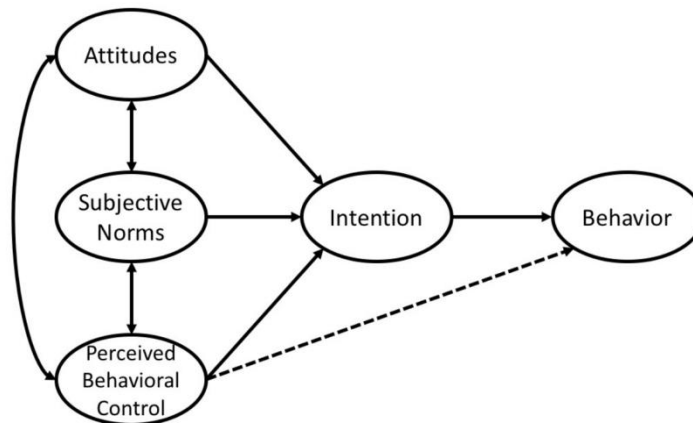
Transformasi digital perbankan dapat dianggap sebagai bentuk inovasi disruptif karena menawarkan solusi yang lebih sederhana dan lebih mudah diakses dibandingkan dengan layanan perbankan tradisional. Mencakup penerapan teknologi baru seperti *mobile banking* dan internet banking. Inovasi disruptif penting untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Hal ini penting untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan. Dengan mengadopsi teknologi baru, bank dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2.2 *Mobile banking*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan, *mobile banking* merupakan transaksi perbankan melalui media handphone baik dalam bentuk aplikasi m-Banking atau aplikasi seluler. Memiliki manfaat membuat transaksi jauh lebih praktis dan efisien. Karena kemudahan mobilitas dan biaya operasional yang terjangkau membuat *mobile banking* mudah diterima (Junglas *et al*, 2008). Berikut teori dan pendekatan utama yang berkaitan dengan *mobile banking* di sektor perbankan:

- *Theory of Planned Behavior* (TPB)

Teori ini dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1985 yang menjelaskan bagaimana individu untuk melakukan suatu perilaku. Pada awalnya teori ini digunakan untuk memahami perilaku manusia dalam konteks kesehatan. Namun, seiring perkembangannya teori ini diterapkan pada berbagai jenis perilaku seperti penggunaan teknologi. Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi yaitu, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku. Teori ini merupakan perkembangan dari *theory of reasoned action* yang fokusnya pada faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam situasi tertentu.



Gambar 2. 2 Ilustrasi *Theory of Planned Behavior Model*

Pada *mobile banking* teori ini juga berkaitan erat dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) karena dapat membantu menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi niat dan perilaku pengguna dalam mengadopsi layanan perbankan. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dalam TAM berkaitan dengan sikap dan norma subjektif dalam TPB. Selain itu, kontrol perilaku dalam TPB berhubungan dengan kondisi yang memfasilitasi dalam TAM yang mengacu pada infrastruktur teknologi sehingga mempengaruhi pengguna dalam mengakses dan memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan mudah dan efektif.

2.2.3 Gaya Hidup

Menurut Kotler & Keller (2009) pola hidup seseorang tercermin dalam aktivitas, minat dan pandangan (opini). Sehingga gaya hidup mencerminkan totalitas diri individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Angelina (2024) menyimpulkan bahwa Teori AIO (*activity, interest, opinion*) yang dikemukakan oleh Sutisna dalam heru Suprihhadi (2017) bahwa teori ini adalah salah satu ukuran gaya hidup seseorang, aktivitas menunjukkan tindakan yang nyata, minat menunjukkan tingkat ketertarikan terhadap suatu hal dan opini menunjukkan respon seseorang terhadap stimulus tertentu.

Gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang menjalani kehidupan sehari-hari, penggunaan uang dan pemanfaatan waktu. Selain itu, gaya hidup juga mencerminkan pola konsumsi yang mencerminkan pola konsumsi yang mencakup pilihan pribadi tentang pengeluaran dan alokasi waktu (Azizah, 2020). Teori dan pendekatan yang lain berkaitan dengan gaya hidup di sektor perbankan yaitu:

- *Theory of Organization and Change Within Value-Attitude System*

Teori ini dikemukakan oleh Milton Rokeach pada tahun 1968 yang menekankan hubungan kompleks antara nilai, sikap dan perilaku dalam sistem kepercayaan individu. Rokeach membedakan antara nilai terminal yang merupakan tujuan akhir seperti kesetaraan dan kebahagiaan dengan nilai instrumental yang merupakan perilaku untuk mencapai nilai tujuan akhir tersebut seperti kejujuran dan tanggungjawab. Perubahan dalam nilai dapat terjadi sebagai respon terhadap pengalaman dan interaksi sosial. Ketidaksesuaian antara nilai dan perilaku mendorong individu untuk menyesuaikan salah satunya.

Kemajuan di era digital dengan kemudahan dan manfaat yang ditawarkan membuat gaya hidup menjadi berubah. Perubahan ini terlihat dari berbagai aspek seperti pola konsumsi dan pengelolaan keuangan. Gaya hidup yang sebelumnya lebih konvensional kini beralih menjadi lebih praktis dan terhubung. Sehingga menciptakan dinamika baru dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.4 Persepsi Kemudahan

Menurut Darmayanti (2019) persepsi kemudahan penggunaan adalah persepsi konsumen terhadap kemudahan penggunaan dan pengoperasian sistem aplikasi yang dirancang tidak menimbulkan kesulitan bagi konsumen. Meskipun pengguna percaya bahwa suatu aplikasi berguna tetapi mereka juga harus merasa bahwa aplikasi itu mudah digunakan.

Kemudahan penggunaan dapat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan bebas dari usaha yang berarti. Menurut Davis dalam (Renny *et al.*, 2013) indikator persepsi kemudahan penggunaan diantaranya; sistem mudah dipelajari oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang lebih untuk mempelajarinya, sistem mudah digunakan untuk mencapai tujuan pengguna, sistem dirancang dengan jelas dan mudah dimengerti oleh pengguna dan mudah dioperasikan. Teori dan pendekatan yang lain berkaitan dengan persepsi kemudahan di sektor perbankan yaitu:

- **Teori Technology Acceptance Model (TAM)**

Teori yang dikemukakan oleh Fred Davis pada tahun 1986 ini menjelaskan bahwasannya persepsi kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam *Technology Acceptance Model (TAM)*. Konsep ini mengacu pada persepsi seseorang mengenai sejauh mana teknologi dianggap mudah digunakan. Persepsi kemudahan dipengaruhi sejumlah faktor seperti kemudahan penggunaan teknologi, ketersediaan bantuan teknis dan ketersediaan sumber daya.

Kemudahan penggunaan teknologi memiliki peran krusial dalam menentukan tingkat adopsi pengguna. Ketika teknologi semakin mudah diakses dan dioperasikan maka peluang pengguna untuk menerima dan memanfaatkannya juga meningkat.

- Teori Teknologi Disruptif

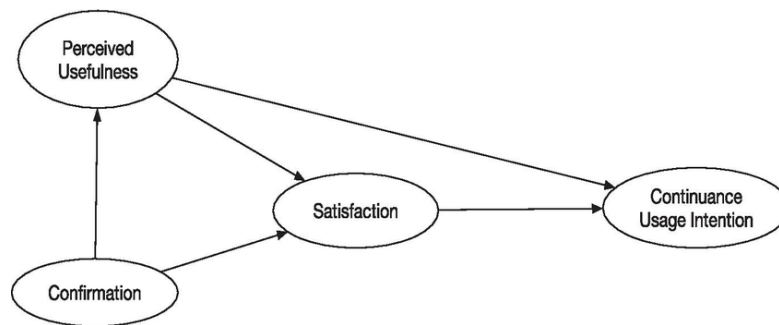
Teori yang diperkenalkan oleh Clayton Christensen pada tahun 1995 ini memiliki hubungan erat dengan persepsi kemudahan penggunaan dalam konteks adopsi teknologi baru oleh konsumen. Ketika inovasi disruptif muncul salah satu faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan teknologi tersebut adalah seberapa mudah teknologi tersebut digunakan oleh pengguna. Inovasi yang menawarkan kemudahan penggunaan cenderung lebih cepat diterima oleh pasar karena konsumen selain untuk memenuhi kebutuhan, mereka juga mencari solusi dan kemudahan akses. Semakin tinggi kemudahan penggunaan, semakin besar kemungkinan konsumen untuk beralih ke inovasi yang baru.

2.2.5 Persepsi Manfaat

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Renny *et al*, (2013) persepsi manfaat merujuk pada sejauh mana percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja atau efisiensi. Menurut David (1989) persepsi manfaat adalah salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi informasi. Menurut Kumalasari (2017) dalam penelitiannya terdapat beberapa indikator untuk persepsi manfaat yaitu nilai terkait dengan nilai ekonomis, efektivitas terkait dengan efisiensi waktu dan manfaat terkait dengan peningkatan produktivitas kerja. Teori dan pendekatan yang lain berkaitan dengan persepsi manfaat di sektor perbankan yaitu:

- Teori Konfirmasi Harapan (ECT)

Richard L. Oliver pada tahun 1980 membuat teori ini untuk menjelaskan bagaimana kepuasan konsumen dipengaruhi oleh perbandingan antara harapan yang dibentuk sebelum dan sesudah penggunaan produk atau layanan. Proses ini berawal dari pembentukan harapan untuk membangun harapan yang realistis. Setelah mencoba produk atau layanan tersebut, konsumen akan menilai performanya dan membandingkan dengan ekspektasi di awal. Ketika produk atau layanan memenuhi ekspektasi maka terjadi konfirmasi positif yang akan menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, ketika produk atau layanan tidak memenuhi ekspektasi maka terjadi konfirmasi negatif yang akan menurunkan tingkat kepuasan.



Gambar 2. 3 Ilustrasi *Expectation Confirmation Theory*

Pengguna memiliki harapan tertentu seperti kemudahan penggunaan, kecepatan dan keamanan layanan sebelum mereka mulai menggunakan. Setelah menggunakan mereka akan mengevaluasi kinerja layanan tersebut memenuhi atau tidak harapan mereka. Ketika pengguna cenderung merasa puas dan lebih mungkin untuk terus menggunakan layanan tersebut.

- *Uses and Gratifications Theory* (UGT)

Teori ini dicetuskan oleh Elihu Katz, Jay Blumler dan Michael Gurevitch pada tahun 1973 yang berfokus pada pemahaman bagaimana individu secara

aktif memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Teori ini mengklasifikasikan berbagai jenis kebutuhan, seperti kebutuhan kognitif yang berfokus pada pencarian informasi dan kebutuhan afektif yaitu terkait dengan pengalaman emosional, kebutuhan untuk membentuk identitas pribadi dan membangun hubungan sosial.

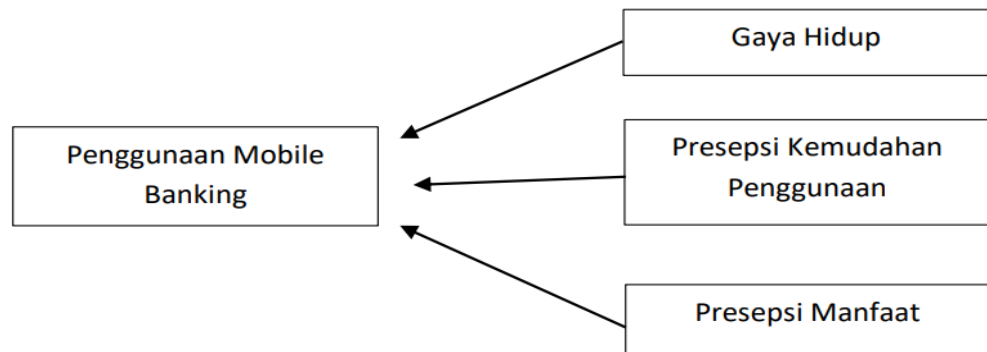
2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan rumusan jawaban atau jawaban sementara terhadap suatu masalah dalam penelitian. Rumusan atau hipotesis ini bersifat sementara untuk mencari jawaban yang tepat. Karena jawaban yang diajukan hanya didasarkan pada teori-teori yang relevan dan belum didukung fakta empiris yang dapat dari pengumpulan data. Berdasarkan landasan teori dan kerangka penelitian, maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

- Diduga variabel Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap penggunaan *Mobile banking*.
- Diduga variabel Persepsi Kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Mobile banking*.
- Diduga variabel Persepsi Manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan *Mobile banking*.

2.4 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah visualisasi koneksi antara variabel satu dengan variabel lain secara detail dan sistematis. Fungsinya agar peneliti mengetahui apa yang perlu dilakukan dan tidak perlu dilakukan. Berdasarkan buku statistika untuk penelitian yang ditulis oleh Sugiyono (2007) didapatkan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 4 Kerangka Penelitian

Berdasarkan gambar 2.4 variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam mengadopsi teknologi, salah satunya dalam penggunaan *mobile banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Cara Pengumpulan Data

3.1.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan *Econometric Views* (EViews). Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan diukur menggunakan statistik untuk mendapatkan suatu kesimpulan. EViews adalah perangkat lunak yang menyediakan data analisis, regresi dan alat prediksi *sophisticated* yang berfungsi sebagai analisis ekonomi dan bisnis (Widarjono, 2018)

3.1.2. Cara Pengumpulan Data

Komponen utama dalam penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam melakukan pengumpulan data terdapat teknik atau cara pengumpulan data yang harus diikuti. Tujuannya agar mendapatkan data yang valid. Sehingga dapat membuktikan hipotesis secara empiris.

Pada penelitian ini menggunakan data primer yaitu data sumber pertama yang didapatkan oleh peneliti dengan menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner. kuesioner adalah alat pengambilan data berupa serangkaian pertanyaan yang sistematis untuk memperoleh informasi dari responden. Metode sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Menurut (Ani et al., 2021) menyimpulkan pengertian *purposive sampling* yang dikemukakan oleh Sugiyono (2019) bahwa pengambilan sampel jenis ini dilandasi oleh kriteria yang telah ditentukan terlebih dahulu. Sehingga peneliti menyebar kuesioner melalui google form yang diberikan kepada mahasiswa S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia sebagai kriteria yang sudah ditentukan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yaitu data yang telah ada sebelumnya dengan menggunakan teknik pengumpulan data

studi pustaka yang relevan melalui jurnal, buku maupun website. Studi pustaka ini digunakan sebagai pendukung data primer.

Populasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah seluruh jumlah orang atau penduduk di suatu daerah. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) sampel adalah sesuatu yang digunakan untuk menunjukkan sifat suatu kelompok yang lebih besar. Menurut Slovin dalam (Amin *et al.*, 2023), rumus slovin merupakan rumus yang digunakan untuk mendapatkan jumlah minimum sampel dari populasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan rumus slovin untuk mencari jumlah minimum sampel dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presentase kelonggaran kesalahan (Error Level)

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa aktif S1 Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia jurusan ekonomi pembangunan, manajemen dan akuntansi. Berdasarkan data akademik Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia jumlah mahasiswa S1 yang masih aktif sebanyak 3.163 mahasiswa dengan rincian jumlah S1 manajemen 1802 mahasiswa, S1 Akutansi 921 mahasiswa dan S1 Ekonomi Pembangunan 440 mahasiswa dengan error level yang dipilih peneliti sebesar 10%. Sehingga didapatkan perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ n &= \frac{3163}{1+3163(10\%)^2} \\ n &= \frac{3163}{1+32,63} \end{aligned}$$

$$n = \frac{3163}{33,63}$$

$n = 94,052928$ dibulatkan menjadi 94

Didapatkan jumlah minimum sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 responden. Kuersioner disebarkan secara acak sampai memenuhi jumlah minimum responden.

Alat atau instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner melauai google form yang akan disebar melalui sosial media dan email. Kuesioner merupakan instrumen yang berisi daftar pertanyaan yang dirancang secara valid dan reliable. Kuesioner memiliki kriteria yaitu, pertanyaan tidak boleh ambigu, mudah dipahami, memiliki jawaban yang tepat dan tidak bertele-tele. Oleh karena itu, diperlukannya skala pengukuran untuk memudahkan penelitian. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert mengacu pada Buku Ajar Metode penelitian (Widodo *et al.*, 2023), yaitu mengharuskan responden menunjukan tingkat persetujuan pada serangkaian pertanyaan dengan rentang skor:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Setuju (ST)
5. Sangat Setuju (SS)

3.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel berasal dari dua kata bahasa inggris yaitu *vary* (berubah) dan *able* (dapat) sehingga dapat diartikan sebagai sifat atau nilai dari subjek atau objek yang memiliki variasi untuk diteliti dan diambil kesimpulannya. variabel penelitian terbagi menjadi dua jenis yaitu variabel Idependen atau tidak terikat (Y) dan variabel dependen atau terikat (X).

3.2.1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Menurut Sugiono (2019) variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah penggunaan *mobile banking*. Menurut Safitri (2023) Indikator dari *mobile banking* diantaranya:

1. Kemudahan transaksi

Kemudahan transaksi merupakan suatu mekanisme yang dirancang untuk mempermudah konsumen mengatasi kendala keuangan untuk mendapatkan produk yang diinginkan (Nagayo et al., 2022). Dalam penelitian ini ini terdapat dalam kuersioner variabel penggunaan *mobile banking* nomor 2 dan 5 di halaman 57.

2. Kenyamanan

Menurut (Putri, 2016) kenyamanan merupakan tingkat seseorang dapat menggunakan teknologi untuk memperoleh rasa senang atau kepuasan pribadi. Dalam penelitian ini ini terdapat dalam kuersioner variabel penggunaan *mobile banking* nomor 1 di halaman 57.

3. Manfaat penggunaan

Menurut Davis (1989) dalam (Ramadany & Artadita, 2022) manfaat penggunaan merupakan keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap meningkatkan efektivitas. Dalam penelitian ini ini terdapat dalam kuersioner variabel penggunaan *mobile banking* nomor 4 di halaman 57.

4. Kepercayaan nasabah

Kepercayaan nasabah merupakan sebuah proses yang dibangun melalui pengalaman – pengalaman yang relevan, memerlukan waktu secara bertahap dan terakumulasi Dalam dunia perbankan, kepercayaan nasabah memiliki peranan yang sangat krusial karena dapat

meningkatkan hubungan antara nasabah dan bank (Utama & Murti, 2021). Dalam penelitian ini terdapat dalam kuersioner variabel penggunaan *mobile banking* nomor 1 dan 3 di halaman 57.

3.2.2. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel tidak terikat. Menurut sugiyono dalam (Suwarsa, 2021) variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab perubahan variabel terikat. Dalam penelitian ini menggunakan variabel independen diantaranya :

1. Gaya Hidup (X_1) menurut Kotler & Keller (2009) mencerminkan totalitas diri individu dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Karena pola hidup seseorang tercermin dalam aktivitas, minat dan pandangan (opini). Menurut Kasali dalam (Krisdiantoro, 2016) ada tiga indikator dasar pembentukan gaya hidup yang digunakan diantaranya:

- a. Aktivitas

Aktivitas merupakan pola tindakan konsumen yang menunjukkan bagaimana mereka menghabiskan waktu termasuk apa yang mereka beli. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel gaya hidup nomor 1,4,7 dan 9 di halaman 53 dan 54.

- b. Minat

Minat merupakan gambaran ketertarikan konsumen terhadap sesuatu berdasarkan pilihan dan urutan kepentingan mereka. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel gaya hidup nomor 2 dan 6 di halaman 53 dan 54.

- c. Opini

Opini adalah penilaian yang diberikan konsumen berdasarkan sudut pandang pribadi. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel gaya hidup nomor 3,5,8 dan 10 di halaman 53 dan 54.

2. Persepsi kemudahan (X_2) menurut Pramudana dalam (Sibuea *et al.*, 2021) didefinisikan sebagai ukuran seseorang percaya kepada teknologi tersebut dapan mudah digunakan dan dipahami. Indikator dari persepsi kemudahan diantaranya:

a. Mudah dipelajari

Mudah dipelajari merupakan keadaan ketika konsumen meyakini sesuatu mudah dipahami dan cepat dikuasai. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi kemudahan nomor 1,4, dan 6 di halaman 55.

b. Kemudahan operasional

Kemudahan operasional merupakan suatu keadaan saat konsumen merasa sesuatu dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan keterampilan khusus. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi kemudahan nomor 2,7, dan 8 di halaman 55.

c. Fleksibel

Fleksibel adalah suatu situasi ketika konsumen percaya bahwa sesuatu dapat dimanfaatkan secara optimal tergantung pada kondisi yang ada. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi kemudahan nomor 3,5,9, dan 10 di halaman 55 dan 56.

3. Persepsi Manfaat (X_3) menurut (Akbar, 2018) persepsi manfaat merupakan suatu kepercayaan seseorang terhadap penggunaan suatu sistem informasi. Menurut (Fahlevi & Dewi, 2019) Indikator dari persepsi manfaat diantaranya:

a. Mempercepat pekerjaan

Mempercepat pekerjaan adalah kemampuan teknologi untuk mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan tugas atau memperoleh informasi sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara

cepat dan praktis. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi manfaat nomor 3, 4 dan 5 di halaman 56.

b. Meningkatkan kinerja

Meningkatkan kinerja adalah kondisi dimana kualitas dan efektivitas pekerjaan menjadi lebih baik melalui pemanfaatan teknologi. Sehingga hasil yang diperoleh lebih maksimal dan sesuai dengan target yang ditetapkan. Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi manfaat nomor 2,6 dan 9 di halaman 56 dan 57.

c. Meningkatkan produktivitas

Meningkatkan produktivitas adalah menghasilkan lebih banyak pekerjaan dalam waktu yang sama atau lebih singkat.

Dalam penelitian ini terdapat dalam kuesioner variabel persepsi manfaat nomor 1,7,8 dan 10 di halaman 56 dan 57.

3.3. Metode Analisis Data

3.3.1. Uji Instrumen Penelitian

3.3.1.1 Uji Validitas

Menurut sugiyono dalam (Riskawati, 2013) suatu instrumen dikatakan valid artinya alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data tersebut dapat digunakan untuk mengukur aspek yang memang relevan. Ada dua cara untuk menguji validitas suatu kuersioner menggunakan Eviews. Pertama, apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Kedua, apabila nilai signifikansi $<10\%$ dari pada nilai kritisnya maka data valid. Menurut Person dalam (Surapranata *et al.*, 2009) Salah satu cara menentukan validitas menggunakan korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

r_{xy}	= Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
$\sum xy$	= Jumlah perkalian antara x dengan y
x^2	= Kuadrat dari x
y^2	= Kuadrat dari y

3.3.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen menunjukkan seberapa konsisten hasil yang diperoleh dalam suatu penelitian. Reliabilitas dalam sebuah penelitian mengacu pada sejauh mana alat tersebut stabil, konsisten dapat diandalkan dalam memprediksi dan akurat. Uji ini dilakukan untuk memastikan bahwa alat ukur menghasilkan hasil yang konsisten ketika digunakan berulang kali dalam waktu yang berbeda (Riskawati, 2013). Menurut Sugiyono (2007) ateknik pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus Spearman Brown sebagai berikut :

$$r_i = \frac{2r_b}{1 + r_2}$$

r_i = Reliabilitas internal seluruh instrumen

r_b = Korelasi product moment antara belahan pertama dan kedua

3.3.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi dalam analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Pengujian ini diperlukan untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan merupakan model yang optimal dengan estimasi yang akurat, konsisten dan tidak bias (Juliandi *et al.*, 2014).

3.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah distribusi data dalam variabel mengikuti distribusi normal atau tidak. Pada uji ini membantu memastikan bahwa data yang dikumpulkan berdistribusi normal. Data dengan jumlah lebih dari 30 diansumsikan memiliki distribusi normal dan sering disebut sebagai

sampel besar. ada lima uji yang bisa digunakan untuk melakukan uji normalitas. Namun, pada penelitian ini menggunakan uji *Jarque – Bera* sebagai alat uji normalitas. Menurut Widarjono (2018) Rumus uji *Jarque – Bera* sebagai berikut :

$$JB = n \left[\frac{s^2}{6} + \frac{(K - 3)^2}{24} \right]$$

S = Koefisien Skewness

K = Koefisien Kurtois

Apabila nilai probabilitas *Jarque – Bera* > nilai alpha maka data berdistribusi dengan normal. Sebaliknya, apabila nilai probabilitas *Jarque – Bera* < nilai alpha maka data tidak berdistribusi dengan normal.

3.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah hubungan linier antara variabel independen dalam regresi berganda di dalam persamaan. Hubungan ini dapat terbentuk dalam bentuk hubungan linier yang sempurna dan kurang sempurna. Indikasi awal adanya multikolinieritas adalah standart error yang besar dan nilai t – statistik yang kecil. Selain itu, memiliki nilai koefisien determinasi (R^2) yang tinggi (Widarjono, 2018).

Dalam mendeteksi multikolenieritas pada model regresi berganda bisa menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF semakin besar maka diasumsikan terdapat multikolinieritas. Formula VIF dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1 - R_i^2)}$$

R_i^2 = Koefisien determinasi dari regresi variabel bebas ke-i

Apabila nilai VIF melebihi 10 maka bisa dikatakan ada masalah multikolinieritas dalam model. Selain itu, menurut para ahli bisa menggunakan nilai *tolerance* (TOL) untuk mendeteksi multikolinieritas dalam model regresi berganda dengan formula:

$$TOL = (1 - R_j^2) \\ = \frac{1}{(1 - R_i^2)}$$

Apabila $R_j^2 = 0$, maka artinya tidak ada kolinieritas antara variabel independen maka nilai $TOL = 1$. Sebaliknya Apabila $R_j^2 = 1$, maka artinya ada kolinieritas antara variabel independen maka nilai $TOL = 0$ (Widarjono, 2018).

3.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada model regresi untuk mengetahui apakah varian variabel gangguan memiliki varian yang konstan atau tidak. Jika terjadi heteroskedastisitas, estimator OLS tidak menghasilkan estimasi yang *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan ketika estimator $\hat{\beta}$ tidak lagi memiliki varian minimum maka perhitungan standard error metode OLS tidak dapat dipercaya kebenarannya. Selain itu, interval hasil estimasi ataupun uji hipotesis berdasarkan distribusi t ataupun F tidak bisa digunakan kembali untuk evaluasi hasil regresi. Ada tujuh metode yang bisa digunakan untuk uji heteroskedastisitas. Salah satunya yaitu, Metode White. (Widarjono, 2018).

3.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi yang mencakup lebih dari satu variabel independen. Menurut Sugiyono (2012) dalam (Nuzwan Sudariana & Yoedani, 2022) analisis ini digunakan oleh peneliti untuk memprediksi perubahan pada variabel dependen berdasarkan perubahan pada dua atau lebih

variabel indepenpen yang berperan sebagai faktor penentu. Persamaan dari regresi berganda dari penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Penggunaan *mobile banking*
 β_0 : Intersep
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi
 X_1 : Gaya Hidup
 X_2 : Persepsi Kemudahan
 X_3 : Persepsi Manfaat
e : Variabel Gangguan

3.3.3.1 Uji T (Parsial)

Uji parsial merupakan pengujian bagaimana masing-masing variabel independen berpegaruh secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Uji t merupakan salah satu metode statistik untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan oleh peneliti (Soeprajog Purnama, 2020) .Uji ini melakukan perbandingan t hitung dengan t tabel.

Hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah:

- X_1 (Gaya Hidup)
 $H_0: \beta_1 = 0$ artinya, variabel independen X_1 yaitu Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.
 $H_0: \beta_1 \neq 0$ artinya, variabel independen X_1 yaitu Gaya Hidup terdapat berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.
- X_2 (Persepsi Kemudahan)
 $H_0: \beta_2 = 0$ artinya, variabel independen X_2 yaitu Persepsi Kemudahan tidak berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.
 $H_0: \beta_2 \neq 0$ artinya, variabel independen X_2 yaitu Persepsi Kemudahan terdapat berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.
- X_3 (Persepsi Manfaat)

$H_0: \beta_3 = 0$ artinya, variabel independen X_3 yaitu Persepsi Manfaat tidak berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.

$H_0: \beta_3 \neq 0$ artinya, variabel independen X_3 yaitu Persepsi Manfaat terdapat berpengaruh terhadap Y atau penggunaan *mobile banking*.

3.3.3.2 Uji F (Simultan)

Menurut Nuzwan Sudariana & Yoedani (2022) uji simultan adalah pengujian signifikansi untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen mempengaruhi secara simultan variabel dependen. Sehingga jika nilai t hitung lebih besar dari t kritis maka menolak H_0 . Sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari t kritis maka gagal menolak H_0 . Pada penelitian ini dalam pengujian menggunakan tingkat signifikansi (α) sebesar 10%. Dengan proses pengujian hipotesis sebagai berikut :

1. Membuat hipotesis

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ Seluruh variabel independen (gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat) tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (penggunaan *mobile banking*).

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ Seluruh variabel independen (gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat) berpengaruh terhadap variabel dependen (penggunaan *mobile banking*).

2. Menentukan F tabel dan F hitung

- Jika F hitung $>$ F tabel atau F statistik $<$ α 10% tabel maka menolak H_0 artinya ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat) dan dependen (penggunaan *mobile banking*).
- Jika F hitung $<$ F tabel atau F statistik $>$ α 10% maka menolak H_0 artinya tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat) dan dependen (penggunaan *mobile banking*).

3.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur proporsi dari total variasi variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen (Widarjono, 2018). Persamaanya dapat dituliskan sebagai berikut :

$$(Y_i - \bar{Y}) = (\hat{Y}_i - \bar{Y})(Y_i - \hat{Y}_i)$$

$(Y_i - \bar{Y})$ = Variasi di dalam Y dari nilai rata-rata dan total penjumlahan kuadrat

$(\hat{Y}_i - \bar{Y})$ = Variasi prediksi

$(Y_i - \hat{Y}_i)$ = Variasi Y yang tidak dijelaskan dalam garis regresi

Nilai koefisien determinasi terletak pada 0 dan 1. Jika nilai koefisien determinasi 0 maka tidak ada hubungan antara variabel dependen dan independen. Sebaliknya, jika nilai koefisien determinasi 1 maka ada hubungan antara variabel dependen dan variabel independen (Nuzwan Sudariana & Yoedani, 2022).

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data Penelitian

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam 35nstrumen terletak di Ringroad Utara, Condongcatur, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Pada awalnya bernama Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia (FE UII). Namun, pada tahun 2020 berubah nama menjadi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (FBE UII).

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia memiliki tiga jurusan yaitu, Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Akuntansi. Berdasarkan data pada tahun ajaran 2024/2025 FBE UII memiliki jumlah mahasiswa S1 yang masih aktif sebanyak 3.163 mahasiswa dengan rincian jumlah S1 manajemen 1802 mahasiswa, S1 Akutansi 921 mahasiswa dan S1 Ekonomi Pembangunan 440 mahasiswa.

4.2. Temuan Hasil Penelitian

4.2.1. Hasil Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuersioner. Pembagian kuersioner ini dilakukan secara *online* menggunakan *google form*. kuersioner ini dibagikan kepada mahasiswa S1 reguler Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang sudah menggunakan *mobile banking* minimal satu tahun.

4.2.2. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini didapatkan 104 responden dalam waktu 16 hari (23 Januari – 7 Februari). Ukuran sampel minimum adalah 94 responden dengan begitu responden yang didapatkan sudah memenuhi ukuran sampel yang dibutuhkan. Data responden dibagi menjadi dua karakterisitik diantaranya

angkatan kuliah dan jurusan. Berikut merupakan hasil karakteristik yang didapatkan oleh peneliti:

a. Angkatan Kuliah

Tabel 4. 1 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Angkatan Kuliah	Jumlah	Presentase
1.	2020	1 orang	1%
2.	2021	37 orang	35,6%
3.	2022	28 orang	26,9%
4.	2023	34 orang	32,7%
5.	2024	4 orang	3,8%
Total		104 orang	100%

Sumber: Lampiran I

Tabel 4.1 merupakan responden berdasarkan angkatan kuliah terbagi menjadi lima yaitu responden angkatan kuliah 2020, 2021, 2022, 2023 dan 2024. Jumlah responden yang diperoleh yaitu angkatan kuliah 2020 sebanyak 1 orang atau 1%. Kemudian angkatan kuliah 2021 sebanyak 37 orang atau 35,6%. Angkatan kuliah 2022 sebanyak 28 orang atau 26,9%. Angkatan kuliah 2023 sebanyak 34 orang atau 32,7% dan angkatan kuliah 2024 sebanyak 4 orang atau 3,8%. Dapat disimpulkan dari seluruh total jumlah keseluruhan responden yang didapat, responden angkatan kuliah 2021 lebih banyak dibandingkan tahun lainnya.

b. Jurusan

Tabel 4. 2 Hasil Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	Presentase
1.	Akuntansi	48 orang	46,2%
2.	Manajemen	26 orang	25%
3.	Ekonomi Pembangunan	30 orang	28,8%
Total		104 orang	100%

Sumber: Lampiran I

Tabel 4.2 merupakan hasil responden berdasarkan jurusan yang terbagi menjadi tiga yaitu Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi

Pembangunan. Jumlah responden yang diperoleh dari ketiga jurusan tersebut yaitu, Akuntansi sebanyak 49 orang atau 46,2%. Kemudian Manajemen sebanyak 26 orang atau 25% dan Ekonomi Pembangunan sebanyak 30 orang atau 28,8%. Dapat disimpulkan dari seluruh total jumlah keseluruhan responden yang didapat, responden jurusan Akuntansi lebih mendominasi.

4.3. Metode Analisis Data

4.3.1. Uji Intrumen Penelitian

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan dalam penelitian untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah data kuersioner. . Ada dua cara untuk menguji validitas suatu kuersioner Pertama, apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Kedua, apabila nilai signifikansi <10% dari pada nilai kritisnya maka data valid. Ukuran r tabel menggunakan rumus $df - 2 = n - 2$ dengan tingkat signifikansi 0,10. Pada penelitian ini didapatkan 104 responden, sehingga $104 - 2 = 102$ dengan tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1622.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel (0,10)	Kesimpulan
X1 (Gaya Hidup)	X1_1	0,5807	>0,1622	Valid
	X1_2	0,5898		Valid
	X1_3	0,6674		Valid
	X1_4	0,6550		Valid
	X1_5	0,5157		Valid
	X1_6	0,5031		Valid
	X1_7	0,5534		Valid
	X1_8	0,6428		Valid
	X1_9	0,6158		Valid
	X1_10	0,6650		Valid
X2 (Persepsi	X2_1	0,4789		Valid
	X2_2	0,4715		Valid

Kemudahan)	X2_3	0,4807	>0,1622	Valid
	X2_4	0,3970		Valid
	X2_5	0,4832		Valid
	X2_6	0,4565		Valid
	X2_7	0,5014		Valid
	X2_8	0,5270		Valid
	X2_9	0,3491		Valid
	X2_10	0,3986		Valid
X3 (Persepsi Manfaat)	X3_1	0,3698	>0,1622	Valid
	X3_2	0,4973		Valid
	X3_3	0,3117		Valid
	X3_4	0,3550		Valid
	X3_5	0,4769		Valid
	X3_6	0,4594		Valid
	X3_7	0,3579		Valid
	X3_8	0,4515		Valid
	X3_9	0,3873		Valid
	X3_10	0,4526		Valid
Y (Penggunaan <i>Mobile banking</i>)	Y1	0,2900	>0,1622	Valid
	Y2	0,3891		Valid
	Y3	0,2521		Valid
	Y4	0,3209		Valid
	Y5	0,3723		Valid

Sumber : Lampiran III

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji validitas menunjukan seluruh indikator variabel dependen dan independen nilai r hitung lebih besar dibandingkan r tabel. Sehingga dapat diartikan bahwa seluruh variabel dependen dan independen dalam penelitian ini valid dan mempunyai hubungan antar variabelnya.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini digunakan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran memberikan hasil yang serupa atau konsisten ketika digunakan berulang kali.

Reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa instrumen pengukuran tersebut minim kesalahan sehingga data yang didapatkan stabil dan akurat.

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbrach Alpha	Standar Nilai	Kesimpulan
X1 (Gaya Hidup)	0,80	>0,60	Reliabel
X2 (Persepsi Kemudahan)	0,78	>0,60	Reliabel
X3 (Persepsi Kemudahan)	0,80	>0,60	Reliabel
Y (Penggunaan <i>Mobile banking</i>)	0,82	>0,60	Reliabel

Sumber: Lampiran IV

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji reliabilitas menunjukan seluruh data variabel dependen dan independen yang diperoleh reliabel. Sehingga dapat diartikan data yang digunakan dalam penelitian jika digunakan secara berulang hasilnya akan stabil.

4.3.2. Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas membantu memastikan bahwa data yang dikumpulkan berdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan cara melakukan *outlier* data dengan menggunakan metode *Jarque – Bera*. Apabila nilai probabilitas *Jarque – Bera* > alpha 0,10 maka data berdistribusi dengan normal. Sebaliknya, apabila nilai nilai probabilitas *Jarque – Bera* < alpha 0,10 maka data tidak berdistribusi dengan normal.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas

Jacrqe – Bera	3,816971
Probability	0,148305

Sumber: Lampiran V

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji normalitas menunjukan bahwa nilai probabilitas *Jarque – Bera* sebesar 0,148305. Berarti nilai probabilitas *Jarque – Bera* 0,122004 > 0,10 sehingga dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal.

4.3.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen dalam suatu regresi. Pada penelitian ini untuk mendeteksi multikolenieritas pada model regresi berganda menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF semakin besar maka diasumsikan terdapat multikolinieritas. Apabila nilai VIF > 10 maka bisa dikatakan terdapat masalah multikolinieritas dalam model. Sebaliknya, Apabila nilai VIF < 10 maka bisa dikatakan tidak terdapat masalah multikolinieritas dalam model.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF
X1 (Gaya Hidup)	1,218865
X2 (Persepsi Kemudahan)	2,703516
X3 (Persepsi Manfaat)	2,547953

Sumber: Lampiran VI

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji multikolinieritas didapatkan nilai *variance inflation factor* (VIF) untuk variabel X1 (Gaya Hidup) sebesar $1,218865 < 10$, variabel X2 (Persepsi Kemudahan) $2,703516 < 10$ dan variabel X3 (Persepsi Manfaat) $2,547953 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian variabel gangguan memiliki varian yang konstan atau tidak. Apabila nilai Probabilitas Chi-Square $> \alpha 0,10$ dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heterokedastisitas. Sebaliknya, apabila nilai Probabilitas Chi-Square $< \alpha 0,10$ dapat disimpulkan terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

F-Statistic	0,256043	Prob. F (9,94)	0,9844
Obs*R-squared	2,488530	Prob. Chi-Square(9)	0,9812
Scaled Explained SS	1,432830	Prob. Chi-Square(9)	0,9976

Sumber: Lampiran VII

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode white didapatkan nilai Probabilitas Chi-Square sebesar $0,9812 > \alpha$ 0,10 sehingga dapat disimpulkan model regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini mengukur apakah gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Persamaan dari regresi berganda dari penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y : Penggunaan *mobile banking*

β_0 : Intersep

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1 : Gaya Hidup

X_2 : Persepsi Kemudahan

X_3 : Persepsi Manfaat

e : Variabel Gangguan

Tabel 4. 8 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	4,904685	2,083915	2,353592	0,0205
X1 (Gaya Hidup)	0,079524	0,0338	2,352741	0,0206
X2 (Persepsi Kemudahan)	0,172310	0,070208	2,454279	0,0158
X3 (Persepsi Manfaat)	0,138666	0,064366	2,154351	0,0336

Sumber: Lampiran VIII

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan hasil regresi linier berganda dapat di tuliskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = 4,904685 + 0,079524X_1 + 0,172310X_2 + 0,138666X_3 + e$$

Persamaan regresi diatas memiliki hasil koefisien variabel independen yang positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sehingga dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$\beta_0 = 4,904685$ artinya, apabila besaran variabel X1 (Gaya Hidup), X2 (Persepsi Kemudahan) dan X3 (Persepsi Manfaat) sama dengan 0 maka nilai skala Y (Penggunaan *Mobile banking*) sebesar 4,904685. Artinya tanpa pengaruh dari variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat penggunaan *mobile banking* masih tetap tinggi dikarenakan terdapat faktor – faktor lain di luar model.

$\beta_1 = 0,079524$ artinya, setiap kenaikan satu satuan variabel gaya hidup, maka penggunaan *mobile banking* akan meningkat skala sebesar 0,079524 dengan asumsi variabel lain konstan. Artinya gaya hidup yang tinggi cenderung meningkatkan penggunaan *mobile banking*.

$\beta_2 = 0,172310$ artinya, setiap kenaikan satu satuan variabel persepsi kemudahan, maka penggunaan *mobile banking* akan meningkat skala sebesar 0,172310 dengan

asumsi variabel lain konstan. Artinya persepsi kemudahan berhubungan dengan peningkatan penggunaan *mobile banking*

$\beta_3 = 0,138666$ artinya, setiap kenaikan satu satuan variabel persepsi manfaat, maka penggunaan *mobile banking* akan meningkat skala sebesar 0,138666 dengan asumsi variabel lain konstan. Artinya persepsi manfaat berhubungan dengan peningkatan penggunaan *mobile banking*.

4.3.3.1 Uji T (Parsial)

Uji T (parsial) merupakan pengujian bagaimana masing-masing variabel independen berpegaruh secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependennya. Pada penelitian ini, uji T digunakan untuk menguji variabel gaya hidup (X1), persepsi kemudahan (X2) dan persepsi manfaat (X3) berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* (Y). Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t-tabel dengan t-hitung. Nilai t-tabel di dapatkan dengan menggunakan rumus $df=n-k$.

Pada penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 104 orang dengan tingkat signifikansi 10%, sehingga $df= 104 - 4 = 100$. Maka nilai t-tabel yang digunakan berdasarkan tabel distribusi sebesar 1,290. Sehingga berdasarkan tabel 4.8 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

a. Variabel X1 (Gaya Hidup)

Nilai t-hitung variabel gaya hidup sebesar $2,352741 > 1,290$ artinya menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan variabel gaya hidup berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

b. Variabel X2 (Persepsi Kemudahan)

Nilai t-hitung variabel persepsi kemudahan sebesar $2,454279 > 1,290$ artinya menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan variabel persepsi kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

c. Variabel X3 (Persepsi Manfaat)

Nilai t-hitung variabel persepsi manfaat sebesar $2,154351 > 1,290$ artinya menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan variabel persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.3.3.2 Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) dilakukan dengan cara membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel. Pada penelitian ini menggunakan jumlah responden 104 orang (n) dengan tingkat signifikansi 0,10 dan jumlah variabel yang digunakan (k) adalah 4, sehingga untuk mendapatkan nilai F-tabel menggunakan rumus:

$$\text{df numerator} = 4 - 1 = 3$$

$$\text{df denominator} = 104 - 4 = 100$$

Maka nilai F-tabel yang digunakan sebesar 2,14

Tabel 4. 9 Hasil Uji F (Simultan)

F-statistic	23,89230
Prob(F-statistic)	0,000000

Sumber: Lampiran VIII

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji F (simultan) didapatkan nilai F-hitung sebesar $23,89230 > F\text{-tabel}$ sebesar 2,14 dan nilai F-statistik $0,0000 < \alpha$ 0,10 artinya menolak H_0 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

4.3.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0,417510
Adjusted R-squared	0,400036

Sumber: Lampiran VIII

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji koefisien determinasi (R^2) didapatkan nilai *Adjusted R-squared* (R^2) sebesar 0,400036 yang menunjukkan 40,0036% penggunaan *mobile banking* dijelaskan oleh variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Sedangkan 59,9964% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model.

4.4. Pembahasan

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Manfaat (X3) terhadap Penggunaan *Mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia (Y). Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 104 orang.

Pada penelitian ini menggunakan dua uji instrumen penelitian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Hasil kedua uji tersebut menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid dibuktikan dengan nilai R-hitung setiap variabel lebih besar dari R-tabel. Selain itu, nilai *chrobranch alpha* setiap variabel lebih besar dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini layak digunakan.

4.4.1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Penggunaan *Mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Mengacu pada hasil regresi linier berganda yang didapatkan menunjukkan dalam penelitian ini, gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dapat dilihat berdasarkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu, $2,352741 > 1,290$. Sehingga secara parsial variabel gaya hidup dapat mempengaruhi terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Angelina, 2024) bahwa gaya hidup

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam perubahan zaman seperti penggunaan *smartphone*.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan semakin tinggi perilaku konsumtif maka gaya hidup mahasiswa akan meningkat sehingga berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sebab kemudahan akses perbankan melalui *smartphone* mendorong mahasiswa untuk lebih sering berbelanja ataupun pembelian secara online.

4.4.2. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Penggunaan *Mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Mengacu pada hasil regresi linier berganda yang didapatkan menunjukkan dalam penelitian ini, persepsi kemudahan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dapat dilihat berdasarkan nilai *t*-hitung lebih besar dari *t*-tabel yaitu $2,454279 > 1,290$. Sehingga secara parsial variabel persepsi kemudahan dapat mempengaruhi terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Saputri *et al.*, 2023) bahwa persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* merupakan faktor kunci yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Sehingga dapat disimpulkan, bahwa semakin mudah dan praktis mahasiswa merasakan akses layanan *mobile banking* semakin besar mereka menggunakannya untuk aktivitas perbankan sehari – hari. Artinya berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

4.4.3. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Penggunaan *Mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Mengacu pada hasil regresi linier berganda yang didapatkan menunjukan dalam penelitian ini, persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Dapat dilihat berdasarkan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu $2,154351 > 1,290$ Sehingga secara parsial variabel persepsi manfaat dapat mempengaruhi terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini sesuai dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Sarmiana Batubara, Ihdi Aini, 2021) dan (Saputri *et al.*, 2023) bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*.

Sehingga dapat disimpulkan semakin besar mahasiswa merasakan manfaat yang diperoleh maka semakin besar mereka memanfaatkannya untuk aktivitas perbankan sehari – hari. Artinya berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Sebab mereka merasa *mobile banking* memberikan mereka manfaat lebih efisien, nyaman dan aman.

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1. Kesimpulan

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan penulis dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan judul penelitian “ Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking*”. Dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
2. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

5.2.Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini menganalisis pengaruh variabel gaya hidup, persepsi kemudahan dan persepsi manfaat sebesar 40,0036% yang dapat menjelaskan penggunaan mobile banking oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Sehingga peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dengan menambahkan atau mengganti variabel lain kedalam model.

5.3.Implikasi

Menurut hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan penulis dengan menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan judul penelitian “Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking*”. Didapatkan implikasi kebijakan sebagai berikut :

1. Menurut hasil penelitian, variabel persepsi manfaat mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Namun, memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan dengan variabel lain. Oleh karena itu, bank bisa mengembangkan aplikasi penggunaan mobile banking kedepan menjadi lebih banyak fungsi mengingat responden pada penelitian ini sudah memiliki persepsi manfaat yang baik terhadap mobile banking.
2. Menurut hasil penelitian, variabel gaya hidup mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, perkembangan gaya hidup yang meningkat bisa diakibatkan oleh tren atau informasi-informasi yang mempengaruhi keputusan transaksi menggunakan mobile banking bisa menjadi ceruk

pasar yang semakin luas terutama pada mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Hal ini bisa menjadi catatan bagi pengembangan fasilitas pada mobile banking untuk bisa mengikuti tren dan informasi terbaru yang transaksinya bisa difasilitasi.

3. Menurut hasil penelitian, variabel persepsi kemudahan mempunyai hasil yang positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia dan menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling besar diantara variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* terjadi karena kemudahan dalam mengakses. Oleh karena itu, bank diharapkan terus mengembangkan aplikasi *mobile banking* untuk memudahkan akses ke layanan perbankan digital seperti pembayaran secara *contactless*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Angelina, L. (2024). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Di Era Digitalisasi*.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Arifin, D. I., Wijaya, G. S. T., Maharani, N. Z., Amelia, R. F., & Tuma'ninah, S. F. (2021). *Analisis Pengaruh Aplikasi Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi Covid-19 di Universitas Indonesia*. March, 0–35. <https://www.researchgate.net/publication/369181062>
- Azizah, N. S. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial*. 01, 92–101. <https://doi.org/10.1558/ecotheology.v9i1.124>
- Fadillah, W., & Zainurossalamia, S. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Canva*.
- Fahlevi, P., & Dewi, A. O. P. (2019). Analisis Aplikasi iJateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(2), 103–111.
- Giri, D. P. (2024). *Analisis Minat Generasi Z Terhadap Penggunaan Mobile Banking Di Pulau Jawa*.
- Handareni, S. N. (2017). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking oleh Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. <https://dspace.uin.ac.id/handle/123456789/15908%0Ahttps://dspace.uin.ac.id/bitstream/handle/123456789/15908/11312497.pdf?sequence=14&isAllowed=y>
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi*. UMSU Press.

- Krisdiantoro, D. (2016). *Pengaruh Iklan Online, Konfortasi, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Nagayo, V. A., Utami², C. W., & Pujirahayu, Y. M. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi, Dan Kepercayaan Pada Pengguna Shopee Pay Later Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7.
- Nuzwan Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. *Seniman Transaction*.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Cetak Biru Transformasi Digital Perbankan. *Ojk*, 13(April).
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Milenial Di Kabupaten *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putri, D. M. (2016). *Pengaruh Online Shop Enjoyment dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Pembelian Produk Fashion Hijab di Social Commerce*.
- Ramadany, C., & Artadita, S. (2022). *Pengaruh Literasi Persepsi Kemudahan Penggunaan , Persepsi Manfaat Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Indonesia*. 6(1), 606–614.
- Renny, Guritno, S., & Siringoringo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 212–216. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.415>
- Riskawati. (2013). Uji Validitas dan Reliabilitas. *Statistika Pendidikan.Com*. https://www.academia.edu/5170798/Uji_Validitas_Dan_Reliabilitas
- Safitri, J. A. (2023). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Masyarakat Tidak Menggunakan M-Banking Sebagai Alternatif Transaksi di Era Modern (Studi Kasus Desa Surabaya Ilir Kecamatan Bandar Surabaya Kabupaten Lampung Tengah)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Saputri, S. D., Rahayu, S. P., Anggraini, A. A., Wibowo, T. A. P., Martiningsih, & Sulistiyan, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. *Jurnal Potensial*, 2(2), 99–108. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/potensial>

- Sarmiana Batubara, Ihdi Aini, Y. A. (2021). Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 9(10), 206–219.
- Sibuea, S. J., Oktavhianty, D., & Rangkuti, A. E. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo. *KONSEP: Konferensi Nasional Social and Engineering Polmed*, 2(1), 635–645. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/654>
- Soeprajog Purnama, M. (2020). Perbandingan Dua Rata-Rata Uji-T. *Universitas Padjajaran*.
- Surapranata, Sumana, & Mulyasa. (2009). *Analisis, Validitas, Reabilitas dan Interpretasi Hasil Tes : Implementasi Kurikulum 2004*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*.
- Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 79–86.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya* (Edisi Keli). UPP STIM YKPN.
- Widodo, S., Ladyani, F., Asrianto, L. O., Rusdi, Khairunnisa, Lestari, S. M. P., Wijayanti, D. R., Devriany, A., Hidayat, A., Dalfian, Nurcahyati, S., Sjahriani, T., Armi, Widya, N., & Rogayah. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. CV Science Techno Direct.

LAMPIRAN

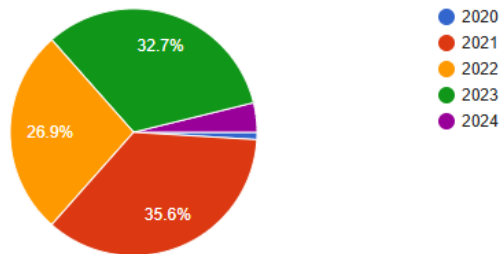
Lampiran I. Hasil Kuersioner Karakteristik Responden

Angkatan Kuliah

Angkatan Kuliah

104 responses

 [Copy chart](#)

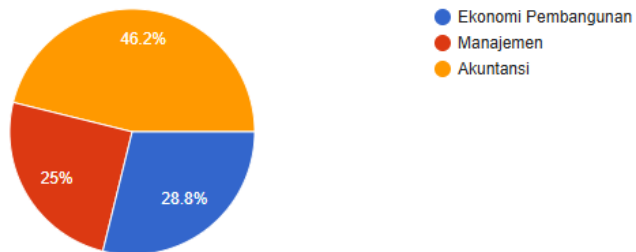


Jurusan

Jurusan

104 responses

 [Copy chart](#)



Lampiran II. Daftar Pertanyaan Kuersioner

Analisis Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia Terhadap Penggunaan *Mobile banking*

Variabel Penelitian:

Variabel Y : Penggunaan *Mobile banking*

Variabel X : Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat

Objek Penelitian : Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Pernyataan dibawah ini merupakan pernyataan yang berhubungan dengan faktor - faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* terhadap gaya hidup mahasiswa fakultas bisnis dan ekonomika Universitas Islam Indonesia dengan rentang skor:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu-Ragu (RG)
4. Setuju (ST)
5. Sangat Setuju (SS)

- Gaya Hidup (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RG	ST	SS
1.	Saya sering menggunakan perangkat <i>smartphone</i> untuk transaksi keuangan sehari-hari.					
2.	Saya lebih memilih berbelanja atau melakukan transaksi secara <i>online</i> dibandingkan dengan metode tradisional (<i>Offline</i>).					
3.	Saya mendapatkan kenyamanan dalam menggunakan teknologi digital (seperti aplikasi <i>smartphone</i>) dalam aktivitas sehari-					

	hari karena meningkatkan efisiensi.					
4.	Saya sering mencari informasi tentang produk atau layanan melalui internet sebelum membuat keputusan untuk membeli atau menggunakannya dengan fitur-fitur yang tersedia seperti ulasan sehingga lebih terinformasi					
5.	Saya merasa penting untuk memiliki akses ke layanan perbankan yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja sehingga memberikan rasa kenyamanan dan fleksibilitas.					
6.	Dalam hal pengelolaan keuangan pribadi, Saya mengandalkan aplikasi <i>mobile banking</i> untuk memantau pengeluaran dan tabungan sehingga dapat mengelola keuangan lebih teratur dan bijaksana.					
7.	Saya sering mberbagi pengalaman atau memberikan ulasan tentang produk atau layanan perbankan yang saya gunakan untuk membantu orang lain dalam membuat keputusan yang lebih tepat terkait pilihan perbankan.					
8.	Saya menilai pengaruh teknologi (seperti smartphone dan aplikasi <i>mobile banking</i>) berpengaruh besar terhadap efisiensi waktu saya dalam kegiatan sehari-hari sehingga bisa mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah					
9.	Saya sering mengikuti perkembangan tren teknologi terbaru, termasuk aplikasi <i>mobile banking</i> , di dunia digital sehingga saya selalu <i>up to date</i> .					
10.	Saya merasa lebih mudah dan lebih efisien dalam mengelola kebutuhan finansial (seperti pembayaran, transfer, dan cek saldo) menggunakan <i>mobile banking</i> dibandingkan dengan metode konvensional karena lebih praktis dan cepat.					

- Persepsi Kemudahan (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RG	ST	SS
3.	Penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> sangat mudah dipahami, bahkan untuk pengguna baru sehingga saya merasa lebih percaya dalam mengelola keuangan secara digital.					
4.	Antarmuka aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dinavigasi tanpa memerlukan panduan lebih lanjut karena pilihan menu yang jelas memudahkan untuk menemukan fitur yang dibutuhkan.					
3.	Proses pendaftaran dan aktivasi akun <i>mobile banking</i> yang jelas dan sederhana memungkinkan saya menyelesaikan prosedur tersebut dalam waktu yang singkat.					
4.	Fitur-fitur yang ada di aplikasi <i>mobile banking</i> cukup sederhana sehingga mudah dipahami.					
5.	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> karena proses transaksi dapat dilakukan dengan cepat dan efisien.					
6.	Aplikasi <i>mobile banking</i> memiliki panduan yang jelas dan mudah dipahami saat terjadi kesalahan atau masalah sehingga saya merasa lebih tenang dan yakin dalam menggunakan aplikasi.					
7.	Desain yang intuitif membuat Saya merasa tidak kesulitan untuk menemukan fitur yang saya butuhkan dalam aplikasi <i>mobile banking</i> .					
8.	Proses pembayaran dan transfer uang menggunakan <i>mobile banking</i> sangat mudah dilakukan.					
9.	Keamanan yang diberikan oleh aplikasi <i>mobile banking</i> tidak mengganggu					

	kemudahan dalam menggunakannya sehingga saya merasa aman dan nyaman.					
10.	Saya merasa lebih efisien dan praktis menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> dibandingkan dengan metode pembayaran atau transaksi konvensional.					

- Persepsi Manfaat (X3)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RG	ST	SS
1.	Penggunaan <i>mobile banking</i> membantu saya menghemat waktu dan biaya dalam melakukan transaksi keuangan.					
2.	Dengan <i>mobile banking</i> , saya merasa lebih mudah dalam mengelola keuangan pribadi saya karena dapat memantau pemasukan dan pengeluaran secara <i>real time</i> .					
3.	<i>Mobile banking</i> memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran tagihan atau pembayaran lainnya secara cepat dan efisien.					
4.	Fitur <i>mobile banking</i> memudahkan saya untuk melakukan transfer uang kapan saja dan dimana saja tanpa perlu pergi ke bank sehingga menghemat waktu dan tenaga.					
5.	Penggunaan <i>mobile banking</i> memberikan kemudahan dalam memantau saldo dan riwayat transaksi saya tanpa harus melakukan pengecekan manual atau membuka buku tabungan.					
6.	<i>Mobile banking</i> membantu saya untuk lebih terorganisir dalam mengatur anggaran dan pengeluaran saya.					
7.	<i>Mobile banking</i> memberikan keuntungan lebih dalam hal aksesibilitas, karena saya bisa melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja sehingga memungkinkan saya tetap produktif dan menghindari keterlambatan dalam menyelesaikan transaksi.					

8.	Saya merasa lebih aman menggunakan <i>mobile banking</i> untuk transaksi keuangan dibandingkan dengan metode konvensional karena memberikan keamanan dari risiko yang ada pada transaksi secara konvensional.					
9.	Fitur yang ada dalam <i>mobile banking</i> , seperti notifikasi transaksi, membantu saya untuk lebih mudah mengawasi pengeluaran saya sehingga jika ada transaksi yang tidak sesuai bisa segera mengambil tindakan.					
10.	Dengan <i>mobile banking</i> , saya merasa lebih mudah untuk memanfaatkan berbagai layanan keuangan yang tersedia di aplikasi.					

• Penggunaan *Mobile banking* (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RG	ST	SS
3.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> untuk dalam jangka panjang					
4.	Saya akan selalu mencoba fitur - fitur baru yang ditawarkan oleh <i>mobile banking</i> , seperti fitur AI face recognition					
3.	Saya akan selalu menggunakan <i>mobile banking</i> untuk memantau aktivitas keuangan					
4.	Saya akan terus menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat menikmati keuntungan, seperti penawaran khusus					
5.	Saya selalu menggunakan <i>mobile bankings</i> sebagai solusi utama untuk mengelola produk dan layanan perbankan					

Lampiran III. Hasil Uji Validitas

Gaya Hidup (X1)

Correlation Probability	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	X
X1_1	1.000000 -----										
X1_2	0.159292 0.1063	1.000000 -----									
X1_3	0.314802 0.0011	0.369011 0.0001	1.000000 -----								
X1_4	0.522069 0.0000	0.228006 0.0199	0.335881 0.0005	1.000000 -----							
X1_5	0.224888 0.0217	0.184968 0.0601	0.290511 0.0028	0.272285 0.0052	1.000000 -----						
X1_6	0.316113 0.0011	0.222431 0.0232	0.171826 0.0811	0.271606 0.0053	0.347706 0.0003	1.000000 -----					
X1_7	0.302483 0.0018	0.207626 0.0344	0.363530 0.0001	0.380607 0.0001	0.330484 0.0006	0.233058 0.0173	1.000000 -----				
X1_8	0.183602 0.0621	0.422484 0.0000	0.249932 0.0105	0.313163 0.0012	0.207226 0.0348	0.271822 0.0052	0.229739 0.0190	1.000000 -----			
X1_9	0.224551 0.0219	0.432963 0.0000	0.338081 0.0004	0.274088 0.0049	0.164148 0.0959	0.126693 0.2000	0.095540 0.3347	0.443493 0.0000	1.000000 -----		
X1_10	0.311635 0.0013	0.294510 0.0024	0.372433 0.0001	0.226456 0.0208	0.248443 0.0110	0.284774 0.0034	0.260092 0.0077	0.495248 0.0000	0.506418 0.0000	1.000000 -----	
X	0.580718 0.0000	0.589821 0.0000	0.667356 0.0000	0.655028 0.0000	0.515679 0.0000	0.503067 0.0000	0.553408 0.0000	0.642835 0.0000	0.615844 0.0000	0.664960 0.0000	1.000000 -----

Persepsi Kemudahan (X2)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 02/03/25 Time: 21:26
Sample: 1 104
Included observations: 104

Correlation Probability	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X
X2_1	1.000000 -----										
X2_2	0.364617 0.0001	1.000000 -----									
X2_3	0.426327 0.0000	0.513926 0.0000	1.000000 -----								
X2_4	0.236572 0.0156	0.413502 0.0000	0.439662 0.0000	1.000000 -----							
X2_5	0.281243 0.0038	0.403483 0.0000	0.314421 0.0012	0.270501 0.0055	1.000000 -----						
X2_6	0.372534 0.0001	0.272122 0.0052	0.223732 0.0224	0.230332 0.0187	0.412011 0.0000	1.000000 -----					
X2_7	0.175625 0.0745	0.192897 0.0498	0.134542 0.1733	0.032090 0.7464	0.289421 0.0029	0.315264 0.0011	1.000000 -----				
X2_8	0.272765 0.0051	0.420575 0.0000	0.316650 0.0011	0.224429 0.0220	0.321402 0.0009	0.229114 0.0193	0.365547 0.0001	1.000000 -----			
X2_9	0.092817 0.3487	0.084932 0.3913	0.152546 0.1221	0.088006 0.3743	0.169877 0.0847	0.203954 0.0378	0.579442 0.0000	0.273715 0.0049	1.000000 -----		
X2_10	0.159296 0.1063	0.177537 0.0714	0.168186 0.0879	0.139800 0.1569	0.258844 0.0080	0.230531 0.0186	0.227657 0.0201	0.232402 0.0176	0.358298 0.0002	1.000000 -----	
X	0.548241 0.0000	0.630528 0.0000	0.582185 0.0000	0.482004 0.0000	0.655074 0.0000	0.616908 0.0000	0.645030 0.0000	0.616969 0.0000	0.545826 0.0000	0.481124 0.0000	1.000000 -----

Persepsi Manfaat (X3)

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 02/03/25 Time: 21:46
Sample: 1 104
Included observations: 104

Correlation Probability	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	X
X3_1	1.000000 -----										
X3_2	0.419553 0.0000	1.000000 -----									
X3_3	0.262645 0.0071	0.420793 0.0000	1.000000 -----								
X3_4	0.188802 0.0549	0.358663 0.0002	0.473001 0.0000	1.000000 -----							
X3_5	0.275014 0.0047	0.227626 0.0201	0.459132 0.0000	0.234085 0.0168	1.000000 -----						
X3_6	0.194311 0.0481	0.243678 0.0127	0.237394 0.0152	0.342706 0.0004	0.326078 0.0007	1.000000 -----					
X3_7	0.101222 0.3066	0.212766 0.0301	0.278487 0.0042	0.288875 0.0029	0.178658 0.0696	0.216141 0.0275	1.000000 -----				
X3_8	0.155743 0.1144	0.312081 0.0013	0.236543 0.0156	0.229935 0.0189	0.345507 0.0003	0.362430 0.0002	0.476253 0.0000	1.000000 -----			
X3_9	0.212041 0.0307	0.287812 0.0031	0.178916 0.0692	0.274150 0.0049	0.280183 0.0040	0.353666 0.0002	0.312687 0.0012	0.371087 0.0001	1.000000 -----		
X3_10	0.323039 0.0008	0.332581 0.0006	0.388191 0.0000	0.377727 0.0001	0.286212 0.0032	0.458027 0.0000	0.307589 0.0015	0.364671 0.0001	0.295669 0.0023	1.000000 -----	
X	0.503693 0.0000	0.611401 0.0000	0.616031 0.0000	0.608416 0.0000	0.596538 0.0000	0.643048 0.0000	0.567997 0.0000	0.662385 0.0000	0.589007 0.0000	0.665801 0.0000	1.000000 -----

Lampiran IV. Hasil Uji Reliabilitas

	X1_1	X12	X1 3	X1 4	X1_5	X1 6	X1 7	X1 8	X1 9	X1_10
X1_1	0,27	0,05	0,13	0,20	0,06	0,08	0,08	0,06	0,07	0,09
X12	0,05	0,33	0,17	0,10	0,05	0,06	0,06	0,16	0,15	0,10
X1 3	0,13	0,17	0,62	0,19	0,11	0,06	0,15	0,13	0,17	0,17
X1 4	0,20	0,10	0,19	0,54	0,10	0,10	0,15	0,15	0,13	0,10
X1 5	0,06	0,05	0,11	0,10	0,24	0,08	0,09	0,07	0,05	0,07
X1_6	0,08	0,06	0,06	0,10	0,08	0,23	0,06	0,08	0,04	0,08
X1_7	0,08	0,06	0,15	0,15	0,09	0,06	0,28	0,08	0,03	0,08
X1_8	0,06	0,16	0,13	0,15	0,07	0,08	0,08	0,41	0,18	0,19
X1_9	0,07	0,15	0,17	0,13	0,05	0,04	0,03	0,18	0,39	0,19
X1_10	0,09	0,10	0,17	0,10	0,07	0,08	0,08	0,19	0,19	0,35

	X2_1	X2 2	X2 3	X2 4	X2 5	X2 6	X2 7	X2 8	X2_9	X2_10
X2_1	0,31	0,13	0,12	0,07	0,12	0,15	0,10	0,09	0,03	0,05
X2_2	0,13	0,39	0,17	0,15	0,19	0,12	0,12	0,15	0,03	0,06
X2_3	0,12	0,17	0,27	0,13	0,12	0,08	0,07	0,10	0,05	0,04
X2_4	0,07	0,15	0,13	0,32	0,12	0,09	0,02	0,07	0,03	0,04
X2_5	0,12	0,19	0,12	0,12	0,59	0,23	0,22	0,14	0,09	0,10
X2_6	0,15	0,12	0,08	0,09	0,23	0,52	0,23	0,10	0,10	0,09
X2_7	0,10	0,12	0,07	0,02	0,22	0,23	1,02	0,21	0,38	0,12
X2_8	0,09	0,15	0,10	0,07	0,14	0,10	0,21	0,34	0,10	0,07
X2_9	0,03	0,03	0,05	0,03	0,09	0,10	0,38	0,10	0,43	0,12
X2_10	0,05	0,06	0,04	0,04	0,10	0,09	0,12	0,07	0,12	0,27

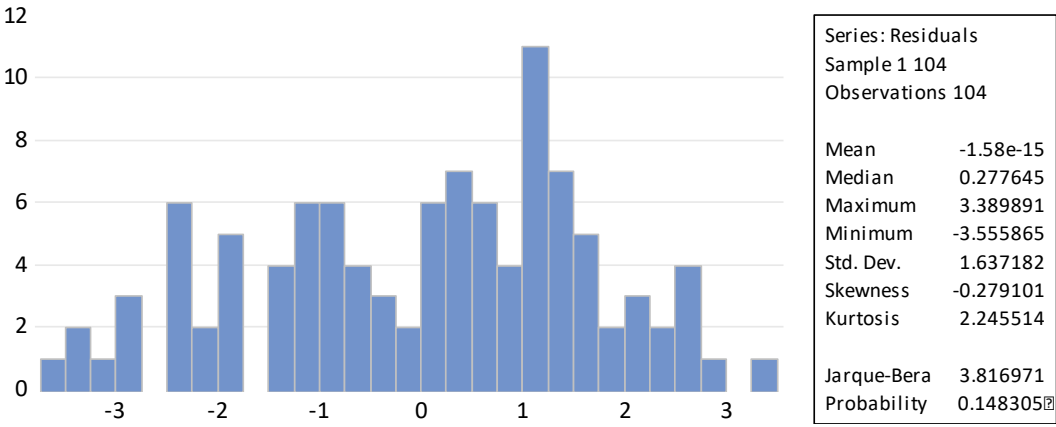
	X3 1	X3 2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10
X3_1	0,44	0,17	0,09	0,08	0,13	0,11	0,05	0,08	0,09	0,12
X3_2	0,17	0,39	0,14	0,15	0,10	0,13	0,10	0,15	0,11	0,11
X3_3	0,09	0,14	0,27	0,16	0,17	0,10	0,11	0,10	0,06	0,11
X3_4	0,08	0,15	0,16	0,43	0,11	0,19	0,14	0,12	0,11	0,14
X3_5	0,13	0,10	0,17	0,11	0,48	0,19	0,09	0,19	0,12	0,11
X3_6	0,11	0,13	0,10	0,19	0,19	0,70	0,13	0,24	0,18	0,21
X3_7	0,05	0,10	0,11	0,14	0,09	0,13	0,52	0,27	0,14	0,12
X3_8	0,08	0,15	0,10	0,12	0,19	0,24	0,27	0,64	0,18	0,16
X3_9	0,09	0,11	0,06	0,11	0,12	0,18	0,14	0,18	0,39	0,10
X3_10	0,12	0,11	0,11	0,14	0,11	0,21	0,12	0,16	0,10	0,31

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	0,27	0,07	0,07	0,05	0,07
Y2	0,07	0,53	0,15	0,23	0,18
Y3	0,07	0,15	0,39	0,21	0,12
Y4	0,05	0,23	0,21	0,51	0,13
Y5	0,07	0,18	0,12	0,13	0,36

Rata – Rata Varian	X1	X2	X3	Y
	0,37	0,44	0,46	0,41

Rata – Rata Kovarian	X1	X2	X3	Y
	0,11	0,11	0,13	0,13

Lampiran V. Hasil Uji Normalitas



Lampiran VI. Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors

Date: 03/06/25 Time: 22:48

Sample: 1 104

Included observations: 104

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	4.342702	163.5920	NA
X1	0.001142	88.66797	1.218865
X2	0.004929	381.4489	2.703516
X3	0.004143	315.4836	2.547953

Lampiran VII. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	0.256043	Prob. F(9,94)	0.9844
Obs*R-squared	2.488530	Prob. Chi-Square(9)	0.9812
Scaled explained SS	1.432830	Prob. Chi-Square(9)	0.9976

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 03/06/25 Time: 22:53

Sample: 1 104

Included observations: 104

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	52.53349	44.70036	1.175236	0.2429
X1^2	0.002959	0.006121	0.483478	0.6299
X1*X2	0.042891	0.051357	0.835162	0.4057
X1*X3	-0.015358	0.049790	-0.308450	0.7584
X1	-1.483037	1.536338	-0.965306	0.3369
X2^2	-0.015081	0.050828	-0.296698	0.7674
X2*X3	0.017203	0.077081	0.223184	0.8239
X2	-1.286232	1.911467	-0.672903	0.5027
X3^2	-0.006656	0.035829	-0.185775	0.8530
X3	0.487587	1.608175	0.303193	0.7624
R-squared	0.023928	Mean dependent var		2.654593
Adjusted R-squared	-0.069526	S.D. dependent var		2.976941
S.E. of regression	3.078689	Akaike info criterion		5.178096
Sum squared resid	890.9626	Schwarz criterion		5.432365
Log likelihood	-259.2610	Hannan-Quinn criter.		5.281108
F-statistic	0.256043	Durbin-Watson stat		1.595991
Prob(F-statistic)	0.984405			

Lampiran VIII. Hasil Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: Y
Method: Least Squares
Date: 03/06/25 Time: 22:31
Sample: 1 104
Included observations: 104

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.904685	2.083915	2.353592	0.0205
X1	0.079524	0.033800	2.352741	0.0206
X2	0.172310	0.070208	2.454279	0.0158
X3	0.138666	0.064366	2.154351	0.0336
R-squared	0.417510	Mean dependent var	22.48077	
Adjusted R-squared	0.400036	S.D. dependent var	2.145127	
S.E. of regression	1.661558	Akaike info criterion	3.891091	
Sum squared resid	276.0777	Schwarz criterion	3.992799	
Log likelihood	-198.3368	Hannan-Quinn criter.	3.932296	
F-statistic	23.89230	Durbin-Watson stat	1.686953	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran IX. Hasil Kuersioner 104 Responden

X1_ 1	X1_ 2	X1_ 3	X1_ 4	X1_ 5	X1_ 6	X1_ 7	X1_ 8	X1_ 9	X1_ 10	X2_ 1	X2_ 2	X2_ 3	X2_ 4	X2_ 5	X2_ 6	X2_ 7	X2_ 8	X2_ 9	X2_ 10
4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5
5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3	4
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	5
4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5
5	5	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	3	5
5	4	2	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	3	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5
5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4

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

5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	3	5	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5
4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5

5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	3	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	3	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5

5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	1	2	4	5	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5
4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5
3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	5	4	3	3	5
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5

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

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

4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4
4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5
5	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5

4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4