

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ANGKATAN 2020-2024)**

Siap diujikan



22 Desember 2025

SKRIPSI



Oleh:

Nama : Deskian Rif Atariek
Nomor Mahasiswa : 20313302
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
2026**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ANGKATAN 2020-2024)

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 : Deskian Rif Atariek
Nomor Mahasiswa : 20313302
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
2026

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah 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 apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Desember 2025

Penulis,

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'METERAN', and 'TEMPAL'. The serial number '024DGANX1997598' is visible at the bottom of the stamp.

Deskian Riz Atariek

PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT
MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(STUDI KASUS MAHASISWA PRODI EKONOMI PEMBANGUNAN
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA ANGKATAN 2020-2024)

Nama : Deskian Rif Atariek
Nomor Mahasiswa : 20313302
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 22 Desember 2025
telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Dra. Sarastri Mumpuni Ruchba M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MAHASISWA MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING BANK MANDIRI**

Disusun oleh : DESKIAN RIF' ATARIEK

Nomor Mahasiswa : 20313302

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 07 Januari 2026

Penguji/Pembimbing Skripsi : Dra. Sarastris Mumpuni R, M.Si.

Penguji : Dr. Sahabudin Sidiq, M. A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



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

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, karya sederhana ini dengan penuh keikhlasan dan ketulusan hati penulis, saya persembahkan skripsi ini untuk:

Kedua orang tua saya, Bapak Eko Wargo Suparyo dan Ibu saya Ari Asry Any, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, pengorbanan, serta dukungan yang tiada henti sejak awal hingga akhir perjalanan ini. Terima kasih atas kesabaran dan ketulusan yang selalu menyertai setiap proses dalam hidup penulis.

Kepada dosen pembimbing saya Dra. Sarastris Mumpuni Ruchba M.Si. Yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan serta masukan sepanjang proses penelitian ini.

Untuk diri saya sendiri terima kasih telah berusaha bertahan, terus belajar dan telah percaya bahwa setiap proses memiliki makna dan setiap perjuangan akan membawa pada pencapaian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Adapun variabel pada penelitian ini meliputi kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan yang dianalisis menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Skripsi ini membahas landasan teori terkait *mobile banking* dan minat penggunaan teknologi, metode penelitian kuantitatif yang digunakan dan hasil analisis data menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor utama yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Eko Wargo Suparyo dan Ibu Ari Asry Any yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi di kehidupan penulis.
2. Ibu Dra. Sarastri Mumpuni Ruchba M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan nasehat selama proses pembuatan tugas akhir ini, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar.
3. Para dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan beserta jajarannya yang telah memberikan pembekalan ilmu pengetahuannya kepada penulis selama ini untuk menyelesaikan studinya di Universitas Islam Indonesia.
4. Kepada diri saya sendiri, Deskian Rif Atariek yang telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Kedua adik penulis, terimakasih telah memberikan semangat dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
6. Untuk Lulu Anesa Ardita Putri, terimakasih selalu memberikan masukan, dukungan dan semangat kepada penulis saat mengerjakan tugas akhir skripsi ini.

7. Seluruh teman-teman saya, 7 Serangkai, partner KKN dan teman-teman lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Untuk Youtube DEANKT, Set1awanade dan GUAVAAA yang selalu menjadi tontonan penulis ketika menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi dan perbankan digital, maupun sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat bermanfaat untuk penelitian di masa yang akan datang.

Yogyakarta, 22 Desember 2025

A rectangular box containing a handwritten signature in black ink. The signature is stylized and appears to read 'Deskian Rif Atariek'.

Deskian Rif Atariek

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN UJIAN	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.2 Landasan Teori	11
2.3 Hubungan antar Variabel Dependen dengan Independen	14
2.4 Hipotesis Penelitian	15
2.5 Kerangka Pemikiran	16
2.6 Variabel Bebas (<i>Independent Variables</i>)	17

2.7 Variabel Terikat (<i>Dependent Variable</i>)	18
BAB III	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data	19
3.3 Metode Analisis	25
BAB IV	27
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Deskripsi Data Penelitian	27
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan	32
BAB V	40
SIMPULAN DAN IMPLIKASI	40
5.1 Simpulan	40
5.2 Implikasi	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional Tabel	21
Tabel 4.1 Profil Responden Penelitian	28
Tabel 4.2. Kategori Skala Likert	30
Tabel 4.3. Rata-rata setiap variabel	30
Tabel 4.4. Nilai Outer Loading	32
Tabel 4.5. Hasil Uji Fornel-Larcker Criterion	34
Tabel 4.6. Hasil Uji Construct Reliability and Validity	35
Tabel 4.7. Nilai R-Square	36
Tabel 4.8. Hasil Uji Path Coefficient (Bootstrapping)	36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran

16

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

47

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan, kenyamanan dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Permasalahan penelitian berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 72 mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia. Pendekatan pemecahan masalah dilakukan menggunakan *Technology Acceptance Model* (TAM), sedangkan analisis data dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan SMARTPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: *Mobile Banking*, Kemudahan, Kenyamanan, Kepercayaan, Minat Mahasiswa

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi yang pesat di era digital saat ini telah berdampak pada cara setiap individu dalam mengakses berbagai informasi dan layanan elektronik. Saat ini, teknologi telah menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, masyarakat kini mencari solusi yang praktis dan mudah digunakan untuk menyederhanakan aktivitas mereka. Penggunaan perangkat seperti *gadget*, *smartphone* dan *browser* kini telah menjadi bagian dari eksistensi sehari-hari. Dampaknya, hal ini mendorong pertumbuhan dan perkembangan di berbagai aspek lain, termasuk dalam kegiatan transaksi dan bisnis yang kini dapat dilakukan secara digital.

Di era modern, masyarakat memasuki fase digital dimana hampir seluruh aktivitas manusia dijalankan melalui teknologi. Interaksi dan transaksi kini dilakukan secara digital menggunakan kombinasi angka dan simbol. Setiap individu memiliki identitas digital yang unik, tercermin dalam nomor-nomor seperti e-KTP, nomor telepon, rekening bank hingga PIN ATM (Ngafifi, 2014). Saat ini, jumlah aplikasi *mobile* yang beragam di Indonesia mendorong lembaga perbankan bersaing dalam menyediakan pelayanan terbaik melalui aplikasi *mobile banking*. *Mobile Banking* adalah salah satu layanan perbankan yang memudahkan nasabah untuk mengakses informasi dan melakukan berbagai transaksi perbankan melalui jaringan internet. Teknologi *mobile banking* memberikan kemudahan dan fleksibilitas kepada pengguna dalam mengelola keuangan mereka kapan saja dan di mana saja (Rahayu, 2015). Penggunaan *mobile banking* membawa perubahan signifikan dalam strategi operasional perbankan. Kehadiran layanan digital ini menjadi faktor penting dalam pertimbangan pembukaan cabang baru atau penambahan mesin ATM. Melalui *mobile banking*, nasabah dapat melakukan berbagai pembayaran secara online, sementara pihak bank dapat meningkatkan kecepatan layanan serta memperluas jangkauan operasionalnya (Fadlan, A., Dewantara, 2018). *Mobile Banking* menawarkan berbagai fitur seperti pengecekan

saldo, melihat mutasi transaksi terakhir, melakukan transfer baik antar bank yang sama maupun berbeda, membayar tagihan, serta menyimpan menu favorit, dan berbagai layanan lainnya.

Pada penelitian ini berfokus menganalisis minat mahasiswa dalam menggunakan *Mobile Banking* pada studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia angkatan 2020-2024. Pengenalan layanan *Mobile Banking* ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, dengan memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi perbankan. Dengan adanya *Mobile Banking*, nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan secara lebih efisien dan cepat, tanpa terbatas oleh waktu dan lokasi. Selain itu, layanan ini juga berfungsi untuk menekan biaya transaksi yang harus dikeluarkan oleh bank, sehingga efisiensi operasional dapat ditingkatkan. Layanan *mobile banking* terus mengalami perkembangan dan perbaikan. Bank ini secara aktif berupaya untuk mengoptimalkan sistem *mobile banking* dengan mengembangkan fitur baru yang dirancang untuk mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi.

Menurut (Ningrum, 2020), Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana seseorang merasa bahwa penggunaan teknologi informasi adalah proses yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan. Beberapa indikator utama dari kemudahan penggunaan teknologi informasi meliputi: teknologi informasi yang mudah dipelajari oleh pengguna, teknologi yang mampu menyelesaikan tugas sesuai dengan kebutuhan pengguna dengan sederhana, peningkatan keterampilan pengguna saat berinteraksi dengan teknologi, serta kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan mencakup bagaimana teknologi tersebut dapat dipahami dan digunakan tanpa kesulitan, serta memberikan manfaat yang jelas dan efektif bagi penggunanya.

Manfaat dari penggunaan layanan *mobile banking* mencakup berbagai aspek yang dapat meningkatkan efisiensi dan pengetahuan pengguna. Layanan ini dapat mempermudah pekerjaan sehari-hari dengan memungkinkan transaksi keuangan dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Dengan demikian, proses perbankan menjadi lebih sederhana dan tidak memerlukan kunjungan fisik ke bank. Layanan ini juga berkontribusi pada percepatan waktu dalam melakukan transaksi dan mengakses informasi keuangan. Dengan berbagai fitur otomatis dan responsif, pengguna dapat

menyelesaikan transaksi dengan lebih cepat dibandingkan cara lama. Lalu, efisiensi yang ditawarkan oleh *mobile banking* dapat mempengaruhi kinerja seseorang secara positif. Dengan menghemat waktu dan mempermudah akses ke layanan keuangan, individu dapat fokus pada tugas-tugas lain yang lebih produktif, meningkatkan keseluruhan performa dalam aktivitas sehari-hari (Ledesman, 2018).

Secara umum, kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan atau harapan bahwa seseorang yang kita percayai tidak akan memanfaatkan situasi untuk kepentingan pribadi mereka sendiri. Kepercayaan ini berlandaskan pada setiap anggapan bahwa orang tersebut akan bertindak secara jujur dan adil, serta mempertimbangkan kepentingan bersama daripada keuntungan pribadi. Kepercayaan adalah kesediaan pelanggan untuk mengandalkan suatu merek dalam kondisi penuh risiko, dengan harapan bahwa merek tersebut akan memberikan hasil yang positif. Kepercayaan ini muncul dari keyakinan bahwa janji, pernyataan dan tindakan pihak perusahaan dapat dipercaya. Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap perusahaan cenderung mempertahankan hubungan, menjalin ikatan emosional dan bersedia terus menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan. Akhirnya, kepercayaan tersebut membuka peluang terjadinya kepuasan dan loyalitas pelanggan (Mawey, T. C., Tumbel, A., Ogi, 2018). Dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dalam konteks penggunaan *mobile banking* mencerminkan harapan dan keyakinan pengguna bahwa penyedia layanan *mobile banking* tidak hanya memiliki keterampilan dan kompetensi yang diperlukan untuk menyediakan layanan yang memadai, tetapi juga tidak akan memanfaatkan situasi untuk kepentingan pribadi. Kepercayaan ini adalah fondasi penting dalam hubungan antara pengguna dan penyedia layanan, karena memastikan bahwa interaksi dan transaksi dapat dilakukan dengan rasa aman dan nyaman (Afifah, 2017).

Minat pada dasarnya mencerminkan sejauh mana seseorang menerima dan mengaitkan dirinya dengan sesuatu di luar diri mereka. Semakin erat atau signifikan hubungan yang terjalin antara individu dan objek atau aktivitas tersebut, semakin tinggi tingkat minat yang dirasakan. Dengan kata lain, minat berkembang dari intensitas keterhubungan dan keterlibatan yang dirasakan seseorang terhadap sesuatu, dan semakin mendalam hubungan tersebut, semakin besar pula minat yang muncul. Ketertarikan seseorang terhadap sesuatu akan lebih terlihat jelas ketika objek tersebut

sesuai dengan apa yang mereka cari dan relevan dengan keinginan serta kebutuhan mereka. Artinya, jika sesuatu memenuhi harapan dan tuntutan pribadi seseorang, maka minat mereka terhadap objek tersebut akan menjadi lebih nyata dan menonjol. Ini karena ketika sesuatu cocok dengan apa yang mereka inginkan dan butuhkan, mereka akan lebih bersemangat dan terlibat secara aktif, yang pada akhirnya memperjelas seberapa besar ketertarikan mereka terhadap objek tersebut (Wulandari, 2018).

Persepsi kenyamanan berperan penting dalam mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Kenyamanan dalam konteks ini mengacu pada kondisi di mana individu merasa mudah dan menyenangkan saat menggunakan teknologi tersebut untuk melaksanakan berbagai aktivitas. Artinya, seseorang akan lebih cenderung memilih *mobile banking* jika mereka merasa bahwa prosesnya efisien, tidak merepotkan dan memberikan pengalaman yang positif. Ketika pengguna merasa bahwa teknologi ini mempermudah kehidupan mereka dan memberikan keuntungan tanpa banyak usaha, mereka akan lebih mungkin untuk terus menggunakannya (Dirwan, 2022).

Penting untuk memperhatikan aspek kenyamanan pengguna dalam menggunakan teknologi *mobile banking* guna meningkatkan kualitas pelayanan dari sistem informasi tersebut. Selain itu, hal ini juga berguna untuk memahami sikap pengguna terhadap minat mereka dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Menurut Dirwan (2022) penelitian menunjukkan bahwa persepsi kenyamanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. *Mobile banking* menawarkan tingkat kenyamanan yang superior, memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan dengan lebih mudah tanpa terikat oleh waktu atau lokasi tertentu. Dengan kata lain, teknologi ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar, membuat pengguna merasa lebih nyaman karena mereka dapat mengakses layanan perbankan kapan saja dan di mana saja sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini mendorong pengguna untuk terus menggunakan *mobile banking* karena keuntungan praktis dan kemudahan yang ditawarkannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis merasa terdorong untuk menjalankan penelitian mendalam yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Minat Mahasiswa menggunakan *Mobile Banking*”, dengan menetapkan model *Technology Acceptance Model* (TAM). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengeksplorasi hubungan antara minat pengguna dengan beberapa variabel tertentu, yaitu kemudahan penggunaan, kenyamanan dan tingkat kepercayaan.

Era teknologi saat ini, penggunaan layanan perbankan melalui aplikasi *Mobile Banking* semakin meluas, khususnya dikalangan Mahasiswa yang lebih familiar dengan teknologi. Oleh sebab itu, penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong minat Mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan mempergunakan model TAM, penelitian ini diharapkan mampu menyajikan pemahaman yang lebih dalam terkait bagaimana variabel-variabel tersebut berinteraksi dan mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Output dari hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan informasi bagi perbankan dalam meningkatkan layanan mereka, tetapi juga dapat menjadi pedoman bagi penelitian lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis dapat merumuskan beberapa pokok masalah utama, antara lain:

1. Apakah variabel persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah variabel persepsi Kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah variabel persepsi Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah variabel persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan memberikan bukti bahwa pengaruh persepsi Kemudahan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.

2. Untuk menganalisis dan memberikan bukti bahwa pengaruh Kenyamanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.
3. Untuk menganalisis dan memberikan bukti bahwa pengaruh Kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk menganalisis dan memberikan bukti bahwa pengaruh persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi yang signifikan dan dampak yang positif sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi sehingga dapat memberikan dampak yang baik dalam meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi Institusi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian di masa depan serta berkontribusi secara ilmiah terhadap berbagai kegiatan akademik. Selain itu, penelitian ini berfungsi sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah penulis peroleh selama masa perkuliahan.

3. Bagi Peneliti di masa depan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian di masa yang akan datang guna memahami dan mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Pustaka

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmansyah, S. T., Sudarsono, H., Ruchba, S. M., Susantun (2023) penelitian ini menggunakan metode *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2* (UTAUT2) dengan analisis SEM PLS (*Partial Least Square*) menggunakan alat statistik SmartPLS 3.3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis dan nilai religius memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Dengan kata lain, semakin terbentuk kebiasaan individu dalam memanfaatkan teknologi, semakin tinggi motivasi untuk memperoleh kepuasan saat menggunakan aplikasi, serta semakin tinggi tingkat religius yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula niat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Sebaliknya, faktor-faktor seperti harapan atas kemudahan penggunaan, harapan atas kinerja, pengaruh sosial dan kondisi pendukung tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan *Mobile Banking*.

Penelitian sebelumnya, merujuk pada berbagai referensi yang relevan dengan latar belakang masalah yang diteliti. Referensi ini memberikan dasar teori dan informasi penting yang mendukung analisis serta pemahaman topik penelitian. Dalam penelitian Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar (2023) menggunakan metode kuantitatif-deskriptif dengan sampel sebanyak 83 responden. Hasil penelitian menunjukkan variabel Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan serta positif pada Minat Mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada Bank Syariah.

Penelitian Devi (2022) menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan kriteria tertentu yaitu mahasiswa aktif di Universitas Warmadewa (Angkatan 2018-2019) yang menggunakan layanan *Mobile Banking*. Hasil penelitian disimpulkan bahwa secara simultan manfaat *Mobile Banking*, kemudahan penggunaan dan risiko bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa Universitas Warmadewa. Dan secara parsial manfaat, kemudahan penggunaan, risiko

bertransaksi secara signifikan berpengaruh terhadap minat mahasiswa Universitas Warmadewa.

Pada peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hartono (2022) menggunakan model Miles dan Huberman. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu. Dari hasil penelitian Hartono (2022) menjelaskan bahwa penggunaan *Mobile Banking* mempermudah mahasiswa perbankan syariah dalam bertransaksi, *Mobile Banking* membuat lebih aman dalam bertransaksi, *Mobile Banking* membuat mahasiswa memegang kendali dalam melakukan transaksi melalui telepon selulernya, *Mobile Banking* dapat menghemat waktu, *Mobile Banking* sesuai dengan kebutuhan mahasiswa yang akan layanan yang cepat.

Penelitian Aini et al., (2022) menggunakan penelitian kuantitatif dan data pada penelitian ini diperoleh dari data primer dengan menyebarkan angket sebanyak 93 responden. Hasil penelitian ini sebagian besar menunjukkan adanya pengaruh kemudahan, manfaat dan kepercayaan terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan dalam menggunakan *Mobile Banking*. Pada variabel kemudahan, manfaat dan kepercayaan secara bersamaan berpengaruh terhadap minat mahasiswa IAIN Padangsidimpuan dalam menggunakan *Mobile Banking*.

Pada penelitian Iskandar, N. M., & Sehabudin (2024) menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel probabilitas pada 82 mahasiswa dari total 452 mahasiswa di STAI Siliwangi Garut yang menjadi responden. Penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas dan kemudahan secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa dalam memanfaatkan layanan *Mobile Banking* di Bank Syariah.

Penelitian Saputri et al., (2023) merupakan penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan data responden melalui google form sebagai metode pengumpulan data. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Mobile Banking* terhadap gaya hidup dan aktivitas transaksi. Penelitian yang dilakukan oleh Saputri et al., (2023) menunjukkan hasil dengan nilai sebesar 42,1% bahwa setiap responden melakukan berbagai jenis transaksi melalui *Mobile Banking*. Nilai ini mengindikasikan bahwa efektivitas dan efisiensi responden dianggap netral. *Mobile*

Banking memberikan pengaruh positif terhadap gaya hidup mahasiswa fakultas Ekonomi UNNES.

Pada penelitian Oktavyana (2024) menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang terdiri dari Universitas Internasional Batam, Universitas Batam, Politeknik Negeri Batam dan Universitas Universal. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah faktor keamanan, kepercayaan, persepsi kemudahan dan persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap minat nasabah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa secara parsial, Persepsi Kemudahan memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah, sedangkan Persepsi Kemanfaatan dan Keamanan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Minat Nasabah. Secara simultan, variabel Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Keamanan dan Kepercayaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah.

Pada penelitian Ismail (2021) menggunakan populasi mahasiswa Universitas AKI di Semarang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan Skala Likert tujuh poin, di mana skor 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” (STS) dan skor 7 menunjukkan “Sangat Setuju” (SS). Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM). Penelitian ini bertujuan untuk menguji lima hipotesis terkait hubungan antar variabel, yaitu pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Persepsi Kemanfaatan, pengaruh Persepsi Kesesuaian terhadap Persepsi Kemanfaatan, pengaruh Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Penggunaan serta pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan. Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa minat penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan yang dipengaruhi oleh faktor persepsi kesesuaian.

Penelitian Sarofah (2019) menggunakan penelitian jenis Deskriptif Kuantitatif karena dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian terdahulu bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan, keamanan dan manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Dan hasil dari penelitian terdahulu diketahui bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*,

sedangkan pada persepsi keamanan dan manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Pada penelitian terdahulu Nurfadezi (2024) menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan survei. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer ini didapat dari jawaban kuesioner yang disebarakan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMRI dan data sekunder untuk penelitian ini mencakup jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMRI. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* di Universitas Muhammadiyah Riau. Hasil dari penelitian terdahulu hasil uji secara parsial (uji t) kegunaan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*. Secara parsial (uji t) keamanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*. Secara simultan (uji f) diketahui terdapat pengaruh yang positif antara kegunaan *mobile banking* dan keamanan *mobile banking* terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*.

Penelitian terdahulu Ridha et al., (2025) menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada PT Bank Negara Indonesia (BNI) di Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 80 responden dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian Ridha et al., (2025) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan dan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*, sedangkan persepsi kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Temuan ini mengindikasikan bahwa manfaat dan kemudahan layanan lebih dominan dalam mendorong minat penggunaan *mobile banking* dibandingkan dengan kepercayaan, karena pengguna lebih mengutamakan efisiensi, kemudahan akses dan kecepatan transaksi dalam layanan perbankan.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan beberapa penelitian terdahulu, memasukkan variabel risiko, efektivitas, kemudahan, kepercayaan dan gaya hidup mahasiswa, sedangkan penelitian yang akan dilakukan berfokus pada variabel kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan. Perbedaan selanjutnya terletak pada

pemilihan sampel populasi. Dalam penelitian ini sampel populasi yang digunakan adalah mahasiswa prodi Ekonomi Pembangunan dari Universitas Islam Indonesia.

Persamaan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wulandari dan Hutagalung (2023) dengan penelitian ini yaitu semua studi membahas minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Selanjutnya, pada variabel yang diteliti oleh peneliti mengkaji variabel yang serupa seperti kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan sebagai faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa. Dan yang terakhir persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu terletak pada metode yang digunakan untuk penelitian, yaitu menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori TAM

Menurut Nafisah, N. A. & Widodo (2024) Teori TAM (*Technology Acceptance Model*) diperkenalkan oleh Davis pada tahun 1986 sebagai model untuk mengukur penerimaan atau penolakan pengguna terhadap penerapan dan pengembangan teknologi. TAM berfokus pada faktor-faktor yang menentukan niat dan perilaku individu dalam menyesuaikan diri dengan teknologi baru. Model ini menunjukkan bahwa ada faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. TAM terdiri dari beberapa komponen, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived Ease of Use/PEOU*), persepsi manfaat (*Perceived Usefulness/PU*), sikap terhadap penggunaan (*Attitude Toward Using/ATU*), niat untuk menggunakan (*Behavioral Intention to Use/ITU*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*Actual System Usage/ASU*).

Persepsi kemudahan terkait dengan keyakinan pengguna bahwa teknologi tersebut mudah dipahami dan digunakan, serta mudah dipelajari. Ini juga mencakup kemampuan pengguna untuk menyelesaikan sesuatu yang diinginkan dengan lebih baik. Aspek sikap penggunaan berhubungan dengan penerimaan atau penolakan pengguna terhadap teknologi. Kecenderungan penggunaan mencerminkan motivasi dan keinginan pengguna untuk terus menggunakan teknologi, mengajak orang lain untuk ikut serta dan memberikan saran perbaikan

berdasarkan pengalaman mereka. Terakhir, kondisi nyata penggunaan berkaitan dengan durasi, frekuensi dan kepuasan pengguna terhadap teknologi (Nafisah, N. A. & Widodo, 2024).

2.2.2 Mobile Banking

Menurut Ningrum (2020) menjelaskan bahwa *Mobile Banking* merupakan inovasi teknologi dalam sektor perbankan yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi keuangan bagi pengguna. Dengan menggunakan perangkat seluler dan koneksi internet, layanan ini memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai fitur perbankan seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan pengecekan saldo tanpa harus mengunjungi kantor cabang secara fisik.

Mobile Banking memberikan manfaat yang signifikan bagi nasabah dalam mempermudah transaksi serta mendukung operasional bank, menjadikannya lebih efektif dan efisien (Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., Hana, 2022).

Keberadaan layanan ini tidak hanya mempermudah akses terhadap berbagai fitur perbankan seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan dan pembelian pulsa, tetapi juga menghemat waktu dan tenaga karena pengguna tidak perlu datang ke kantor cabang bank. Kemudahan ini menjadikan *mobile banking* sebagai solusi praktis dan fleksibel dalam memenuhi kebutuhan keuangan sehari-hari, serta mendukung peningkatan keuangan di era digital (Ningrum, 2020).

2.2.3 Minat

Menurut Ningrum (2020) Minat merupakan suatu kecenderungan yang relatif konsisten pada individu untuk tertarik pada suatu hal, yang ditandai dengan perhatian dan ingatan berkelanjutan, serta disertai perasaan senang dalam mengakses atau menggunakan sesuatu demi memperoleh kepuasan dari penggunaannya. Ketertarikan ini tidak hanya muncul secara spontan, tetapi berkembang melalui pengalaman positif, kemudahan penggunaan dan manfaat yang di rasakan.

2.2.4 Kemudahan

Kemudahan diartikan sebagai sejauh mana individu percaya bahwa teknologi informasi dapat digunakan dengan mudah, tanpa memerlukan upaya yang berlebihan atau keterampilan teknis yang rumit dalam pengoperasiannya. Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai pandangan atau anggapan individu terhadap suatu teknologi, dimana teknologi tersebut dianggap tidak memerlukan keterampilan atau keahlian khusus yang tinggi untuk dapat digunakan secara efektif (Ningrum, 2020). Persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi, terutama dalam konteks *mobile banking*, mengacu pada sejauh mana individu merasa bahwa sistem tersebut sederhana dan mudah digunakan (Lestari, I. A., Umilah, 2022).

Kemudahan dalam penggunaan pembayaran digital melalui QRIS memberikan dampak positif terhadap penggunaannya, khususnya dalam hal efisiensi dan kepraktisan saat bertransaksi. Proses pembayaran yang cepat, tanpa perlu membawa uang tunai atau melakukan kontak fisik, menjadikan QRIS sebagai solusi yang relevan di era digital. Kenyamanan ini menciptakan pengalaman positif yang dapat mendorong masyarakat untuk lebih terbuka dan tertarik dalam menggunakan QRIS secara berkelanjutan. Dengan demikian, persepsi terhadap kemudahan menjadi faktor penting yang berkontribusi dalam meningkatkan niat penggunaan QRIS di kalangan masyarakat luas (Erwinsyah, E., Ningsih, K. E., Anjelita, 2023).

2.2.5 Kenyamanan

Menurut Lubis (2023) Kenyamanan dapat diartikan sebagai penilaian keseluruhan yang diberikan individu terhadap suatu hal berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan secara menyeluruh. Kenyamanan juga berkaitan dengan persepsi keamanan dan kemudahan akses kapan saja dan dimana saja. Oleh karena itu, kenyamanan bukan hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga menyangkut pengalaman emosional pengguna secara keseluruhan saat berinteraksi dengan teknologi. Kenyamanan yang dirasakan muncul karena pengguna tidak perlu lagi mengunjungi kantor cabang bank secara fisik, sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

2.2.6 Kepercayaan

Kepercayaan merupakan faktor utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara dua pihak. Kepercayaan berarti keyakinan bahwa pelanggan atau nasabah dapat memanfaatkan penyedia jasa untuk membangun hubungan jangka panjang yang menguntungkan dan memuaskan mereka, serta memberikan hasil kinerja positif bagi perusahaan (Pambudi, T. & Soliha, 2022). Kepercayaan mempengaruhi komitmen nasabah dengan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak tertentu berdasarkan keyakinan bahwa mitranya akan memenuhi harapan tersebut. Ini mencakup harapan umum bahwa kata-kata, janji dan pernyataan dari pihak lain dapat dipercaya (Mawey, T. C., Tumbel, A., Ogi, 2018).

2.3 Hubungan antar Variabel Dependen dengan Independen

Pernyataan sementara yang disampaikan oleh penulis sebagai jawaban atas rumusan masalah penelitian, yang belum dibuktikan dengan hasil yang akurat pada penelitian Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia Angkatan 2020-2024).

2.3.1 Kepercayaan (*Trust*) Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Mobile Banking

Menurut Ghassani, A., Raharso, S., Tiorida (2024) kepercayaan dapat diartikan sebagai keyakinan yang membuat seseorang bersedia menggunakan teknologi secara sukarela, setelah mempertimbangkan berbagai karakteristik teknologi tersebut. Kepercayaan mencakup keyakinan bahwa teknologi dapat diandalkan, aman dan memenuhi kebutuhan penggunanya. Saat individu merasa yakin terhadap kualitas dan keamanan sistem, mereka lebih cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut secara aktif tanpa rasa khawatir atau ragu.

2.3.2 Kenyamanan (*Convenience*) Berpengaruh Positif Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking*

Menurut Bagastia (2019), Kenyamanan merujuk pada sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan *Mobile Banking* mampu memenuhi kebutuhan mereka, yang pada gilirannya menciptakan rasa nyaman saat menggunakan layanan tersebut. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi *mobile banking* memberikan kemudahan dalam mengakses berbagai layanan keuangan, seperti melakukan transfer, membayar tagihan atau mengecek saldo, mereka akan merasa lebih tenang dan percaya diri saat menggunakannya. Rasa nyaman ini juga dapat meningkat jika aplikasi tersebut memiliki sistem yang mudah dioperasikan, responsif dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja, sehingga pengguna merasa tidak tertekan dan dapat melakukan transaksi dengan lebih efisien.

2.3.3 Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*) Berpengaruh Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan *Mobile Banking*.

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang mempunyai keyakinan bahwa pemanfaatan suatu teknologi bisa dilakukan tanpa memerlukan upaya yang besar. Dengan maksud lain, teknologi yang mudah digunakan memungkinkan pengguna untuk memahami dan menjalankan fungsinya dengan maksimal tanpa ada kesusahan apapun. Tingkat kemudahan ini menjadi aspek penting, sebab semakin mudah digunakan teknologi tersebut, semakin besar pula pengguna merasa nyaman dan akan terus menggunakan untuk aktivitas sehari-hari (Lieny, 2021).

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan landasan teori dan hasil kajian penelitian terdahulu yang relevan, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Diduga variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

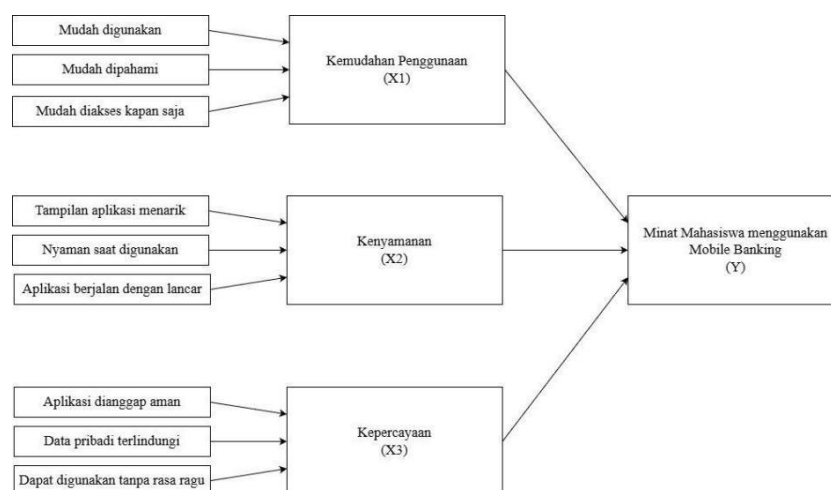
H2: Diduga variabel kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

H3: Diduga variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah representasi visual yang menggambarkan alur pemikiran atau hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini mengacu pada model *Technology Acceptance Model (TAM)*. TAM digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Kerangka ini membantu menjelaskan bagaimana variabel bebas (*Independent*) dapat mempengaruhi variabel terikat (*Dependent*) dalam penelitian.

Gambar 2.1 Kerangka Pikiran



Penelitian ini akan menganalisis indikator faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

2.6 Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Variabel bebas merupakan variabel yang secara konseptual berperan sebagai faktor yang memengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen (terikat). Dengan demikian, variabel ini memiliki posisi sebagai unsur yang mendahului atau menentukan arah hubungan dalam suatu model penelitian (Ridha, 2017).

2.5.1 Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*)

Variabel ini merupakan persepsi mahasiswa terhadap kemudahan penggunaan *mobile banking*. Mahasiswa menilai bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan dan tidak membingungkan saat digunakan. Saat aplikasi mudah digunakan dan cepat dipahami, hal ini dapat meningkatkan kenyamanan pengguna dalam menggunakannya. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi kemudahan ini, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa terdorong untuk menggunakan layanan *mobile banking* secara rutin dalam aktivitas keuangan mereka sehari-hari (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).

2.5.2 Kenyamanan (*Perceived Convenience*)

Kenyamanan merujuk pada kualitas yang dirasakan pengguna saat menggunakan aplikasi *Mobile Banking*. Aspek ini mencakup mahasiswa dapat melakukan transaksi kapan saja, serta kemudahan akses yang memungkinkan penggunaan dari berbagai lokasi hanya dengan perangkat seluler. Selain itu, tampilan aplikasi yang menarik dan rapi berperan penting dalam menciptakan rasa nyaman. Jika mahasiswa merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi, hal ini dapat meningkatkan kepuasan serta mendorong pengguna untuk menggunakannya dalam aktivitas keuangan sehari-hari (Dirwan, 2022).

2.5.3 Kepercayaan (*Trust*)

Variabel ini mencerminkan tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan penggunaan *Mobile Banking*. Mahasiswa meyakini bahwa aplikasi ini didukung oleh sistem yang kuat, mampu melindungi informasi pribadi, serta

menjamin keamanan setiap transaksi yang dilakukan. Kepercayaan ini mencakup keyakinan bahwa data pengguna tidak akan disalahgunakan dan bahwa aplikasi memiliki perlindungan terhadap potensi risiko seperti penipuan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat kepercayaan mahasiswa, semakin besar kemungkinan mereka untuk terus menggunakan *mobile banking* sebagai sarana utama dalam mengelola keuangan (Gumussoy, 2016).

2.7 Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, sehingga keberadaannya dianggap sebagai akibat dari perubahan yang terjadi pada variabel bebas. Dengan demikian, variabel terikat berfungsi sebagai indikator atau hasil dari pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas dalam suatu hubungan kausal (Ridha, 2017). Variabel minat ini mengemukakan bahwa minat merupakan suatu kecenderungan yang bersifat menetap dalam diri individu untuk menunjukkan ketertarikan terhadap suatu objek atau bidang tertentu, serta memperoleh kepuasan dalam melakukan aktivitas yang berkaitan dengannya (Irawan, 2009).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Cara Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer sebagai data utama dan data sekunder sebagai data pendukung. Menurut Suhono (2021) data primer merupakan jenis data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama atau objek yang sedang diteliti. Pada penelitian ini data primer diambil dari data yang dikumpulkan dari kuesioner yang diisi oleh responden tentang beberapa variabel yang sedang diteliti. Menurut Marisyah, A., & Sukma (2020) menjelaskan bahwa data sekunder adalah informasi yang diperoleh tidak melalui observasi secara langsung, melainkan berasal dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada penelitian terdahulu. Sedangkan menurut Jabnabillah (2023) menjelaskan bahwa data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan bukan secara langsung dari objek atau responden penelitian, tetapi berasal dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya, seperti laporan penelitian, arsip buku, artikel ilmiah atau data yang bersumber dari instansi resmi. Pada penelitian ini data sekunder diambil dari buku, internet dan sumber data lainnya yang berhubungan dengan pembahasan penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sampel yang dipilih secara seksama untuk memastikan kesesuaian dan relevansinya terhadap penelitian (Nasution, 1995; Setiawan, M.F., 2013). Beberapa kriteria yang digunakan untuk mengambil sampel pada penelitian ini yaitu:

1. Sudah menggunakan *Mobile Banking* minimal 1 tahun.
2. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Bisnis dan Ekonomika Prodi Ekonomi angkatan 2020-2024 yang berjumlah 256 mahasiswa. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%, diperoleh jumlah sampel sebanyak 72 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui pengukuran respons responden menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan suatu alat yang

digunakan untuk menilai sikap, pendapat dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu masalah atau fenomena (Nugroho, 2021). Selain itu, menurut Budiaji (2013) Skala *Likert* terdiri atas empat atau lebih butir pernyataan yang dirancang untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari karakteristik individu. Responden diminta memberikan tanggapan berdasarkan tingkat persetujuan mereka, misalnya mulai dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Masing-masing tanggapan diberi skor numerik sesuai skala yang digunakan, seperti skala empat poin atau tujuh poin.

Tabel 3.1 Skala Likert

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.2 Definisi Variabel Operasional

Menurut Anggreni (2022) Definisi operasional merupakan penjabaran variabel-variabel penelitian ke dalam bentuk yang dapat diukur dan diamati secara langsung di lapangan. Dalam penyusunannya, definisi ini tidak hanya menjelaskan makna operasional dari setiap variabel, tetapi juga mencakup metode pengukuran, indikator hasil yang diperoleh, serta jenis skala yang digunakan dalam proses pengukuran.

Variabel penelitian merupakan karakteristik, ciri atau nilai yang melekat pada suatu objek, individu atau aktivitas yang menunjukkan perbedaan atau variasi antar satu objek dengan objek lainnya. Variabel ini telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti sebagai fokus kajian untuk dianalisis dan disimpulkan (Ridha, 2017).

Pada setiap penelitian, variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) merupakan dua kategori variabel yang fundamental. Dalam menyusun pertanyaan setiap variabel penulis mengidentifikasi yang relevan dan merujuk pada jurnal terkait sebagai dasar menyusun pertanyaan, dibawah ini merupakan penjabaran variabel independen (X) dan variabel dependen (Y):

3.2.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen ini biasa dikenal sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang memengaruhi atau menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel lain, yaitu variabel dependen (terikat). artinya, perubahan dalam variabel bebas diyakini memiliki kontribusi terhadap munculnya variasi pada variabel terikat (Agung & Yuesti, 2019).

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen (X) yaitu Kemudahan Penggunaan (X1), Kenyamanan (X2), Kepercayaan (X3).

3.2.2 Variabel Dependen (Y)

Variabel ini biasa disebut variabel output, kriteria atau konsekuen dan dikenal sebagai variabel terikat. Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas, sehingga keberadaannya bergantung pada perubahan yang terjadi dalam variabel bebas, artinya nilai atau kondisi variabel terikat tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan hasil atau respons dari adanya pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (Agung & Yuesti, 2019).

Penelitian ini menggunakan variabel dependen (bebas) yaitu Minat Mahasiswa menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Tabel 3.2 Definisi Operasional Tabel

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<i>Mobile Banking</i>	<i>Mobile Banking</i> adalah aplikasi dari commerce yang berfokus pada masalah keuangan perbankan, memungkinkan berbagai kegiatan yang biasanya dilakukan melalui ATM (<i>Auto Teller Machine</i>) yang dapat digunakan di	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi mudah digunakan 2. Layanan dapat dijangkau dari mana saja 3. Murah 4. Aman 5. Dapat diandalkan (<i>reliable</i>) 	Skala <i>Likert</i>

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	perangkat <i>mobile</i> (Lestari & Umilah, 2022).	(Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).	
Minat	<p>Minat merupakan tingkat preferensi dan ketertarikan terhadap proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Proses ini umumnya melibatkan beberapa tahap, termasuk identifikasi kebutuhan dan pencarian informasi oleh konsumen.</p> <p>(Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional, yaitu nasabah ingin membeli atau menggunakan produk yang diminati. 2. Minat Referensial, yaitu cenderung seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain. 3. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilakuseseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. 4. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilakuseseorang yang selalu mencari informasi mengenai 	Skala <i>Likert</i>

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		<p>produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.</p> <p>(Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	
Kemudahan (X1)	<p>Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan banyak usaha. Penggunaan teknologi menganggap fleksibilitas, kemudahan pemahaman dan kemudahan pengoperasian sebagai karakteristik utama dari kemudahan penggunaan (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat mudah dipelajari. 2. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna. 3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi yang sangat mudah untuk dioperasikan. <p>(Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	Skala <i>Likert</i>
Kenyaman (X2)	<p>Dalam menciptakan kenyamanan bagi konsumen, terdapat pula</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah dapat mengakses internet banking kapanpun 	Skala <i>Likert</i>

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	<p>dimensi kenyamanan dalam pengambilan keputusan (<i>decision convenience</i>), yaitu persepsi konsumen mengenai waktu, biaya dan usaha yang diperlukan untuk membuat keputusan pembelian atau penggunaan jasa (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	<p>dan dimanapun.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Nasabah tidak perlu mengantri. 3. Jaringan yang mulus. 4. Model aplikasi yang nyaman digunakan <p>(Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	
Kepercayaan (X3)	<p>Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai suatu indikator psikologis yang mendorong keyakinan dalam melakukan transaksi perbankan secara online, melindungi kepentingan transaksi nasabah, mempertahankan komitmen dalam layanan kepada nasabah, serta memberikan manfaat dalam penggunaannya (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat dan memuaskan. 2. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya. 3. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan 	Skala <i>Likert</i>

Jenis Variabel	Definisi	Indikator	Skala
		mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya. (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).	

3.3 Metode Analisis

SmartPLS atau *Smart Partial Least Square* merupakan perangkat lunak statistik yang digunakan untuk menganalisis hubungan antar variabel dalam suatu model penelitian, khususnya dalam konteks *Structural Equation Modeling* (SEM). *Software* ini memiliki fungsi serupa dengan program analisis lainnya seperti LISREL dan AMOS, yang keduanya menggunakan pendekatan *covariance-based SEM* (Harahap, L. K., Pd, 2020).

Menurut Purwanto (2021) salah satu keunggulan dari SmartPLS adalah kemudahannya dalam penggunaan, sehingga memudahkan pengguna dengan berbagai tingkat keahlian dalam melakukan analisis. Selain itu, harga perangkat lunaknya lebih terjangkau dibandingkan dengan software lain yang mendukung *Structural Equation Modeling* (SEM), menjadikannya pilihan yang ekonomis. Namun, SmartPLS juga memiliki keterbatasan. Tidak semua jenis analisis SEM dapat dilakukan dengan software ini, karena dirancang khusus untuk penelitian yang menggunakan jumlah sampel kecil. Hal ini membuatnya kurang ideal untuk digunakan dalam penelitian dengan jumlah sampel yang besar, dimana software lain mungkin lebih sesuai untuk memastikan hasil analisis yang optimal. Oleh karena itu, pemilihan SmartPLS harus mempertimbangkan kebutuhan spesifik penelitian dan karakteristik data yang digunakan.

Penelitian ini menggunakan teori TAM yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Teori TAM sering digunakan untuk menganalisis hasil penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, teori TAM berperan sebagai kerangka teori untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang mempengaruhi penerimaan teknologi. Teori TAM menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi keputusan pengguna dalam menerima dan mengadopsi teknologi baru (Nafisah, N. A. & Widodo, 2024).

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data Penelitian

Bagian ini menjelaskan hasil deskripsi data penelitian yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 72 responden, yaitu Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia Angkatan 2020-2024. Uraian data mencakup profil responden serta rata-rata penilaian terhadap masing-masing variabel penelitian.

4.1.1 Profil *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan bentuk layanan digital yang memungkinkan seseorang untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan melalui perangkat seluler. Melalui layanan ini, seseorang dapat melakukan transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan maupun pengecekan saldo secara praktis. Kehadiran *mobile banking* memberikan kemudahan dan efisiensi dalam mengakses layanan perbankan, meskipun untuk aktivitas tertentu seperti penarikan uang tunai, nasabah masih perlu untuk datang ke mesin ATM (Wulandari, 2018).

4.1.2 Profil Responden

Profil responden pada penelitian ini memberikan deskripsi umum mengenai karakteristik individu yang terlibat dalam pengisian kuesioner terkait penggunaan aplikasi *mobile banking*. Jumlah total responden yang berpartisipasi sebanyak 72 orang, yang merupakan Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia angkatan 2020-2024. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia angkatan 2020-2024 yang berjumlah 256 mahasiswa aktif. Penentuan jumlah responden tersebut dilakukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel minimum sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{256}{1 + 256(0,1)^2} = \frac{256}{1 + 2,56} = \frac{256}{3,56} = 71,91$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 72 responden. Metode *purposive sampling* digunakan untuk pemilihan responden dengan kriteria mahasiswa aktif yang telah menggunakan aplikasi *mobile banking*. Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh, data responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, angkatan, umur dan lama penggunaan aplikasi *mobile banking*. Penyajian profil responden ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran awal mengenai latar belakang pengguna sebelum dilakukan analisis lebih mendalam terhadap variabel-variabel penelitian selanjutnya.

Tabel 4.1 Profil Responden Penelitian

No.	Kategori	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Jenis Kelamin	Laki-laki	44	61,1%
		Perempuan	28	38,9%
2.	Angkatan	2020	14	19,4%
		2021	29	40,3%
		2022	11	15,3%
		2023	11	15,3%
		2024	7	9,7%
3.	Usia	17-20 Tahun	18	25,0%
		21-25 Tahun	54	75,0%
4.	Lama Penggunaan Aplikasi	< 1 Tahun	5	6,9%
		1-2 Tahun	13	18,1%
		3-4 Tahun	54	75,0%
5.	Total Responden		72	100%

1. Jenis Kelamin

Dari total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 72 orang, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki. Jumlah responden laki-laki tercatat sebanyak 44 orang (61,1%), sedangkan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 28 orang (38,9%). Dengan demikian partisipasi dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden laki-laki dibandingkan perempuan.

2. Angkatan

Berdasarkan hasil pengelompokan data responden menurut angkatan perkuliahan, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berasal dari angkatan 2021 dengan jumlah 29 orang (40,3%). Sementara itu, responden dari angkatan 2020 tercatat sebanyak 14 orang (19,4%), disusul oleh angkatan 2022 dan angkatan 2023 yang masing-masing berjumlah 11 orang (15,3%). Adapun responden dari angkatan 2024 merupakan kelompok dengan jumlah paling sedikit, yaitu 7 orang (9,7%).

3. Usia

Hasil pengelompokan berdasarkan kelompok usia menunjukkan bahwa mayoritas responden termasuk dalam rentang usia 21-25 tahun, dengan jumlah sebanyak 54 orang (75,0%). Sementara itu, responden yang berada pada rentang usia 17-20 tahun tercatat sebanyak 18 orang (25,0%).

4. Lama Penggunaan Aplikasi

Hasil pengelompokan data berdasarkan lama penggunaan aplikasi menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah menggunakan aplikasi tersebut selama 3-4 tahun, dengan jumlah 54 orang (75,0%). Sementara itu, sebanyak 13 responden (18,1%) telah menggunakan aplikasi selama 1-2 tahun, dan 5 responden (6,9%) lainnya baru menggunakan aplikasi tersebut selama kurang dari satu tahun. Artinya mayoritas responden memiliki pengalaman yang relatif panjang dalam memanfaatkan layanan *mobile banking*.

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Bagian ini bertujuan untuk menggambarkan secara umum tanggapan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Penelitian ini terdapat empat variabel, yaitu Kemudahan (X1), Kenyamanan (X2), Kepercayaan (X3) dan Minat Mahasiswa (Y). Setiap variabel diukur menggunakan skala *likert* 1-4 dengan kategori sebagai berikut (Khatimah, Maulia & Suryadi, 2025).

Tabel 4.2. Kategori Skala Likert

Interval Nilai	Kategori
3.26 - 4.00	Sangat Tinggi
2.51 - 3.25	Tinggi
1.76 - 2.50	Rendah
1.00 - 1.75	Sangat Rendah

Tabel 4.3. Rata-rata setiap variabel

No	Variabel	Rata-rata	Kategori
1.	Kemudahan (X1)	3,75	Sangat Tinggi
2.	Kenyamanan (X2)	3,69	Sangat Tinggi
3.	Kepercayaan (X3)	3,36	Sangat Tinggi
4.	Minat Mahasiswa (Y)	3,73	Sangat Tinggi

Berdasarkan Tabel 4.3, menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memperoleh rata-rata di atas 3,35, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Sedangkan nilai terendah ada pada variabel Kepercayaan (3,36). Hal ini menunjukkan bahwa secara umum persepsi mahasiswa terhadap penggunaan *mobile banking* bersifat positif.

1. Variabel Kemudahan (X1)

Kemudahan penggunaan diartikan sebagai sejauh mana seseorang meyakini bahwa suatu teknologi dapat digunakan tanpa memerlukan banyak usaha. Aspek ini mencakup fleksibilitas, kemudahan dalam memahami, serta kemudahan dalam mengoperasikan teknologi tersebut (Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar, 2023).

Berdasarkan hasil analisis terhadap 10 indikator pada variabel Kemudahan, diperoleh rata-rata sebesar 3,75 yang termasuk kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai *mobile banking* mudah digunakan dalam berbagai aspek, seperti kemudahan tampilan dan transaksi.

2. Variabel Kenyamanan (X2)

Menurut Lubis (2023) kenyamanan dapat dimaknai sebagai evaluasi menyeluruh yang diberikan individu terhadap suatu hal berdasarkan pengalaman positif yang dirasakan secara keseluruhan.

Pada variabel kenyamanan ini terdiri dari 6 indikator dengan nilai rata-rata sebesar 3,69 yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden merasa nyaman menggunakan *mobile banking*, baik karena kemudahan akses kapan pun atau karena tampilan aplikasi yang menarik dan mudah digunakan.

3. Variabel Kepercayaan (X3)

Kepercayaan menjadi elemen penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara dua pihak. Hal ini mencerminkan keyakinan bahwa seseorang dapat mengandalkan penyedia jasa untuk menjalin hubungan yang saling menguntungkan dan memuaskan (Pambudi, T. & Soliha, 2022).

Variabel Kepercayaan ini terdiri dari 6 indikator pernyataan dengan rata-rata sebesar 3,36, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden terhadap aspek keamanan dalam penggunaan *mobile banking* dengan kondisi ini mengindikasikan bahwa kepercayaan sudah dipandang sebagai karakteristik dasar yang melekat pada layanan perbankan, sehingga tidak menjadi faktor pembeda dalam membentuk minat penggunaan. Karena rendahnya persepsi kepercayaan antar responden menyebabkan variabel ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa. Dengan demikian, kepercayaan tidak berperan sebagai faktor utama

dalam mendorong minat mahasiswa menggunakan *mobile banking*, dibandingkan dengan variabel lain berkaitan langsung dengan pengalaman penggunaan.

4. Variabel Minat Mahasiswa (Y)

Menurut Ningrum (2020) minat adalah kecenderungan yang relatif tetap pada diri seseorang untuk tertarik terhadap suatu hal, ditunjukkan melalui perhatian dan ingatan yang berlanjut, serta rasa senang saat menggunakannya.

Pada variabel minat Mahasiswa ini terdiri dari 7 indikator dengan rata-rata sebesar 3,73, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki minat yang kuat dalam menggunakan *mobile banking*. Secara keseluruhan, seluruh variabel penelitian memperoleh rata-rata di atas 3,35, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian mahasiswa Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia angkatan 2020- 2024 memiliki persepsi yang sangat positif terhadap penggunaan *mobile banking*, baik aspek kemudahan, kenyamanan, kepercayaan, maupun minat dalam penggunaannya.

4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan

Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS dengan dua tahap utama, yaitu evaluasi model pengukuran (*Outer Model*) dan evaluasi model struktural (*Inner Model*).

4.2.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Outer model merupakan bagian dari analisis dalam *Partial Least Square* (PLS) yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dan indikator-indikator pembentuknya. Model ini berfungsi untuk menilai sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur (Aurellia, T. & Perdana, 2020).

4.2.1.1 Uji Validitas Konvergen (*Outer Loading*)

Tabel 4.4. Nilai Outer Loading

	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.769			

X1.2	0.873			
X1.3	0.837			
X1.4	0.790			
X1.5	0.813			
X1.6	0.797			
X1.7	0.705			
X1.8	0.867			
X1.9	0.907			
X1.10	0.918			
X2.1		0.820		
X2.2		0.894		
X2.3		0.820		
X2.4		0.903		
X2.5		0.766		
X2.6		0.711		
X3.1			0.823	
X3.2			0.860	
X3.3			0.909	
X3.4			0.821	
X3.5			0.880	
X3.6			0.832	
Y1				0.750
Y2				0.793
Y3				0.871
Y4				0.711
Y5				0.890
Y6				0.738
Y7				0.900

Sumber: Output Data SmartPLS 4.0, 2025

Uji validitas konvergen dilakukan untuk mengetahui seberapa baik indikator dapat menunjukkan konstruk yang diukur. Setiap indikator dianggap memenuhi validitas konvergen jika nilai *outer loading* lebih besar dari 0,70, yang merupakan kriteria umum validitas konvergen dalam analisis PLS. Nilai *outer loading* setiap indikator lebih besar dari 0,70, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.4. Oleh karena itu, seluruh indikator dianggap valid dan layak digunakan dalam model pengukuran.

4.2.1.2 Uji Validitas Diskriminan (*Fornell-Larcker Criterion*)

Tabel 4.5. Hasil Uji Fornel-Larcker Criterion

	X1	X2	X3	Y
X1	0.830			
X2	0.887	0.821		
X3	0.517	0.554	0.855	
Y	0.850	0.835	0.566	0.811

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Sebuah uji validitas diskriminan dilakukan untuk menentukan apakah konstruk dalam model dapat dibedakan satu sama lain. Nilai akar AVE dan nilai korelasi antar variabel dibandingkan untuk menguji konstruk. Suatu konstruk dianggap memenuhi validitas diskriminan apabila akar AVE lebih besar daripada nilai korelasinya dengan konstruk lain (Rahmawati, N. & Hasan, 2023). Karena nilai akar AVE untuk masing-masing variabel lebih besar daripada korelasinya dengan variabel lain, konstruk dalam penelitian secara keseluruhan memenuhi validitas diskriminan, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 4.5.

Sebagai contoh, variabel kemudahan memiliki nilai akar AVE sebesar (0.830) dan nilai ini lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel lain, yaitu kepercayaan (0.517). Meskipun ada korelasi yang lebih tinggi antara

kenyamanan (0.887) dan minat mahasiswa (0.850), kondisi ini dapat terjadi dalam penelitian karena hubungan antar variabel yang kuat. Sehingga, nilai akar AVE tetap menunjukkan bahwa indikator variabel kemudahan lebih merepresentasikan konstruksya sendiri dibandingkan konstruk lain. Selain itu, pola ini diterapkan pada variabel lain. Dengan demikian, konstruk secara keseluruhan memenuhi kriteria validitas diskriminan *Fornell-Larcker*.

4.2.1.3 Uji Reliabilitas Konstruk (*Cronbach's Alpha & Composite Reliability*)

Tabel 4.6. Hasil Uji Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
X1	0.949	0.955	0.957	0.689
X2	0.902	0.912	0.925	0.675
X3	0.926	0.930	0.942	0.730
Y	0.912	0.925	0.930	0.657

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* setiap konstruk berada di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa setiap indikator dalam setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik. Selain itu, nilai AVE (*Average Variance Extracted*) yang lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa konstruk laten yang diukurnya dapat menjelaskan lebih dari setengah variasi indikator. Seluruh konstruksi penelitian ini dapat dianggap valid dan reliabel berdasarkan kriteria tersebut.

4.2.2 Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Inner model digunakan untuk menggambarkan hubungan struktural antar variabel laten yang dirumuskan berdasarkan substansi teori yang mendasari penelitian. Model ini berperan penting dalam menjelaskan alur pengaruh dan keterkaitan antara variabel, baik secara langsung maupun tidak langsung (Aurellia, T. & Perdana, 2020)

4.2.2.1 Nilai R-Square

Tabel 4.7. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Y	0.765	0.755

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Nilai R-Square variabel Y sebesar 0.765 menunjukkan bahwa variasi variabel kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan mampu menjelaskan 76.5% variabel minat mahasiswa.

4.2.2.2 Uji Hipotesis (*Path Coefficients & Bootstrapping*)

Tabel 4.8. Hasil Uji Path Coefficient (Bootstrapping)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X1 -> Y	0.499	0.473	0.166	3.003	0.003
X2 -> Y	0.319	0.327	0.146	2.180	0.029
X3 -> Y	0.132	0.137	0.087	1.516	0.130

Sumber: Output SmartPLS 4.0, 2025

Berdasarkan hasil Tabel 4.8, seluruh hubungan antar variabel menunjukkan arah positif. Tetapi, tidak semua hubungan signifikan secara statistik. Variabel kemudahan (X1) dan kenyamanan (X2) memiliki P-value < 0.05, sehingga signifikan terhadap minat mahasiswa. Sementara itu, variabel kepercayaan (X3) memiliki P-value > 0.05 sehingga tidak signifikan.

4.2.2.3 Uji T (Parsial)

1. Variabel Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Mahasiswa

$$H_0: \beta_1 = 0$$

(Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*)

$$H_a: \beta_1 > 0$$

(Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*)

2. Variabel Kenyamanan terhadap Minat Mahasiswa

$$H_0: \beta_2 = 0$$

(Kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*)

$$H_a: \beta_2 > 0$$

(Kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*)

3. Variabel Kepercayaan terhadap Minat Mahasiswa

$$H_0: \beta_3 = 0$$

(Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*)

$$H_a: \beta_3 > 0$$

(Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*).

4.2.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.3.1 Pengaruh Kemudahan (X1) terhadap Minat (Y) Mahasiswa

Variabel kemudahan memiliki nilai koefisien pengaruh kemudahan terhadap minat sebesar 0.499 menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan baik dari tampilan maupun proses transaksi semakin tinggi juga minat mahasiswa untuk memanfaatkan layanan *mobile banking*. Temuan ini menunjukkan bahwa kemudahan merupakan faktor mendasar karena aplikasi yang praktis cenderung lebih cepat diterima dan digunakan secara berulang oleh mahasiswa.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Wulandari, Eka & Hutagalung, M, Abrar (2023), yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan memainkan peran utama dalam meningkatkan niat penggunaan teknologi. Pada konteks mahasiswa, teknologi digital yang mudah untuk dipahami dan digunakan memberikan dampak yang positif, sehingga mendorong mahasiswa untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking*.

4.2.3.2 Pengaruh Kenyamanan (X2) terhadap Minat (Y) Mahasiswa

Pada variabel kenyamanan memiliki koefisien sebesar 0.319 hasil ini menjelaskan bahwa pengalaman penggunaan yang nyaman seperti tampilan menarik dan memiliki akses yang stabil berperan penting dalam meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan *mobile banking*. Semakin nyaman aplikasi digunakan maka semakin besar juga mahasiswa menggunakan dan memanfaatkan untuk kegiatan bertransaksi sehari-harinya.

Temuan ini sejalan dengan peneliti Lubis (2023) yang menjelaskan bahwa kenyamanan itu merupakan faktor yang sangat penting untuk mendorong minat pengguna dalam layanan digital. Pada mahasiswa, kenyamanan menjadi aspek utama dalam mempengaruhi keputusan untuk terus menggunakan layanan digital, karena mereka sangat menyukai aplikasi yang mudah digunakan.

4.2.3.3 Pengaruh Kepercayaan (X3) terhadap Minat (Y) Mahasiswa

Mahasiswa cenderung sudah menganggap kepercayaan (keamanan) sebagai fitur yang wajib dimiliki setiap layanan digital perbankan.

Selama aplikasi digital tidak menimbulkan masalah seperti kebocoran data pribadi atau kegagalan dalam bertransaksi, aspek kepercayaan tidak dianggap sebagai faktor utama dalam minat penggunaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Ridha et al., (2025) yang menjelaskan meskipun kepercayaan merupakan aspek penting dalam penggunaan layanan perbankan, kepercayaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam membentuk minat penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, walaupun pengguna memiliki tingkat kepercayaan yang cukup baik pada sistem dan keamanan *mobile banking*, faktor tersebut tidak secara langsung meningkatkan minat penggunaan karena lebih mengutamakan manfaat dan kemudahan akses dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

5.1 Simpulan

Sebagai kesimpulan dari analisis tentang faktor-faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kemudahan penggunaan menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan minat mahasiswa

Kemudahan penggunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Nilai koefisien yang tinggi menunjukkan jika mahasiswa lebih tertarik menggunakan *mobile banking* yang mudah dioperasikan dan dipahami. Oleh karena itu, kemudahan menjadi faktor penting dalam mendorong minat mahasiswa.

2. Kenyamanan penggunaan berkontribusi dalam meningkatkan minat mahasiswa

Mahasiswa cenderung merasa nyaman karena aplikasi dapat diakses kapan saja, memiliki tampilan yang menarik dan proses transaksi yang cepat. Pengalaman penggunaan yang positif dapat mendorong mahasiswa untuk terus memanfaatkan dan menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan demikian, kenyamanan berperan dalam meningkatkan penggunaan aplikasi.

3. Kepercayaan tidak menjadi faktor penentu minat mahasiswa

Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak menjadikan aspek kepercayaan sebagai faktor utama dalam menentukan minat penggunaan. Kepercayaan terhadap keamanan dalam layanan perbankan digital telah dianggap sebagai hal yang wajar. Oleh karena itu, kepercayaan tidak menjadi faktor pembeda dalam meningkatkan minat mahasiswa.

4. Berdasarkan hasil analisis, minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* lebih dipengaruhi oleh aspek pengalaman penggunaan, yaitu kemudahan dan kenyamanan, dibandingkan dengan aspek kepercayaan

Secara keseluruhan, minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* lebih dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan dibandingkan dengan kepercayaan. Kemudahan dan kenyamanan menjadi faktor utama dalam mendorong mahasiswa dalam menggunakan layanan digital. Mahasiswa cenderung mengutamakan efisiensi dan kepraktisan dalam penggunaan keuangan sehari-hari. Sementara itu, aspek kepercayaan dalam keamanan dipandang sebagai standar dasar yang harus dimiliki oleh setiap layanan perbankan.

5.2 Implikasi

5.2.1 Implikasi Teoritis

1. Kontribusi terhadap literatur mengenai peran kepercayaan dalam minat penggunaan teknologi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak selalu menjadi faktor utama dalam menarik generasi muda untuk menggunakan teknologi. Pengguna yang sudah biasa menggunakan layanan digital cenderung lebih dipengaruhi oleh pengalaman penggunaan, seperti kemudahan dan kenyamanan. Hasil ini memungkinkan penelitian lebih lanjut untuk mempelajari lebih dalam bagaimana perilaku digital generasi muda berkembang, serta situasi apa saja yang dapat membuat peran kepercayaan menjadi dominan.

5.2.2 Implikasi Kebijakan

1. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini masih jauh dari sempurna sehingga untuk penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lainnya seperti: responden baik jumlah maupun segmennya lebih memadai atau pilihan tujuan *mobile banking* dari salah satu bank dengan jumlah nasabah yang cukup besar. Selain itu dapat juga dikembangkan dengan membandingkan beberapa aplikasi *mobile banking* agar hasilnya lebih umum dan bisa diterapkan diberbagai situasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, R. (2017). *Pengaruh manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur terhadap penggunaan mobile banking Bank Syariah Mandiri*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. CV. Noah Aletheia, 1(1).
- Aini, I., Windari, W., Lubis, R. W. (2022). Analisis Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Mobile Banking. *Nabdatul Iqtisadiyah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 14–28.
- Altin Gumussoy, C. (2016). Acceptance of the virtual item auctioning system in online games: The role of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and trust. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 26(5), 627-637.
- Anggreni, D., Km, S. (2022). *Buku Ajar—Metodologi Penelitian Kesehatan*. E-Book Penerbit STIKes Majapahit.
- Aurellia, T. & Perdana, H. (2020). Penerapan Structural Equation Modeling Partial Least Square Pada Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Kepolisian Kalimantan Barat. *Bimaster: Buletin Ilmiah Matematika, Statistika Dan Terapannya*, 9(4), 475–482.
- Bagastia, M. I. (2019). *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, dan Risiko terhadap Minat menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)*. IAIN Salatiga.
- Budiaji, W. (2013). Skala pengukuran dan jumlah respon skala Likert. *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan*, 2(2), 127–133.
- Devi, P. L., Sara, I. M., Purnami, A. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking di Universitas Warmadewa. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 5(1), 14–18.
- Dirwan, D. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323–332.
- Erwinsyah, E., Ningsih, K. E., Anjelita, K. (2023). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan terhadap niat untuk menggunakan dan penggunaan aktual teknologi pembayaran digital QRIS. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 23(1), 22–36.
- Fadlan, A., Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan terhadap penggunaan mobile banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Ghassani, A., Raharso, S., Tiorida, E. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, dan Persepsi Kepercayaan terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking: Kasus Penggunaan Aplikasi BCA Mobile di Kota Bandung. *VISA: Journal of Vision and Ideas*, 4(2), 1059–1078.
- Harahap, L. K., Pd, M. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) dengan SMARTPLS (Partial Least Square). *Fakultas Sains Dan Teknologi UIN Walisongo Semarang*, 1(1), 1–11.
- Hartono, R., Abdi, F., Subhan, M. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. *MARGIN: Journal of Islamic Banking*, 2(2), 105–118.

- Irawan, H. (2009). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Iskandar, N. M., Sehabudin, D. (2024). Pengaruh Efektivitas dan Kemudahan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah: Studi Kasus Mahasiswa STAI Siliwangi Garut. *Perysa: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(1), 20–28.
- Ismail, H. A., Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Indicators: Journal of Economic and Business*, 3(2), 151–157.
- Jabnabillah, F., Aswin, A., Fahlevi, M. R. (2023). Efektivitas Situs Web Pemerintah sebagai Sumber Data Sekunder Bahan Ajar Perkuliahan Statistika. *Sustainable Jurnal Kajian Mutu Pendidikan*, 6(1), 59–70.
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*. UIN Raden Intan Lampung.
- Lestari, I. A., Umilah, L. (2022). Persepsi Penggunaan Mobile Banking terhadap Kemudahan dalam Bertransaksi. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 37–46.
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Niat Menggunakan Mobile Banking di BCA Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, 8(2), 56–62.
- Lubis, A. P., Ramadhani, S., Inayah, N. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kenyamanan Mobile Banking Syariah terhadap Customer Intention dengan Lifestyle sebagai Variabel Moderating. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 14– 30.
- Marisya, A., Sukma, E. (2020). Konsep Model Discovery Learning pada Pembelajaran Tematik Terpadu di Sekolah Dasar Menurut Pandangan Para Ahli. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 4(3), 2189–2198.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, 6(3).
- Nafisah, N. A. & Widodo, U. P. W. (2024). Digitalisasi Sistem Administrasi Perpajakan: Pendekatan TAM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 105–116.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1), 33–47.
- Ningrum, R. (2020). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Mega Syariah Cabang Palu*. IAIN Palu.
- Nugroho, A. S. . M. M. (2021). Pengembangan Instrumen Penilaian Sikap Tanggung Jawab dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 808– 817.
- Nurfadezi, A. . A. J. (2024). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking. *ECOUNTBIS*, 4(1), 54–60.
- Oktavyana, T. H. (2024). *Analisis Faktor-Faktor dan Persepsi dalam Menggunakan Mobile Banking terhadap Minat Nasabah*. Program Studi Akuntansi.
- Pambudi, T. & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Bank, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1267–1287.

- Purwanto, A., Asbari, M., Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Marketing: Perbandingan Hasil antara AMOS, SmartPLS, WarpPLS, dan SPSS. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 216–227.
- Rahayu, I. S. (2015). Minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM) (Studi kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137–150.
- Rahmansyah, S. T., Sudarsono, H., Ruchba, S. M., Susantun, I. (2023). Minat Pelajar Muslim Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3520– 3528.
- Rahmawati, N. & Hasan, I. (2023). Pengaruh Brand Trust dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Azarine. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 6(1), 207–220.
- Ridha, A., Windarsari, W. R., Anastasya, L., & Yuliana, L. (2025). Analisis Faktor Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Negara Indonesia di Makassar. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 3(5), 1108-1117.
- Ridha, N. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62–70.
- Saputri, S., Rahayu, S. P., Anggraini, A. A., Aura, T., Wibowo, P., & Sulistiyani, D. E. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES. In *Jurnal Potensial* (Vol. 2, Issue 2).
- Sarofah, I. F. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking. *CALYPTRA*, 7(2), 4425–4437.
- Suhono, T., Al Fatta, H. (2021). Penyusunan Data Primer sebagai Dasar Interoperabilitas Sistem Informasi pada Pemerintah Daerah. *JNANALOKA*, 35–44.
- Ulya, F. N., Qoyyimah, Q., Hana, K. F. (2022). Analysis of Customer Interest and Satisfaction Toward BSI Mobile Banking Service. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 113–128.
- Wulandari, Eka, N., & Hutagalung, M, Abrar, K. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Potensi Utama Prodi Perbankan Syariah Angkatan 2018-2021). *Jurnal MAIBIE (Management, Accounting, Islamic Banking And Islamic Economic)*, 1(1), 221–234.
- Wulandari, D. P. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada PT Bank Syariah Mandiri*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

LAMPIRAN

A. Lampiran Kuesioner

1. Pengantar

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dengan hormat, Saya Deskian Rif Atariek, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir skripsi dengan judul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Mobile Banking " (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia Angkatan 2020-2024).

Pada kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang dimaksudkan untuk memperoleh data serta informasi dari Saudara/i. Oleh karena itu, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktunya menjadi responden dalam penelitian yang sedang saya lakukan ini. Penelitian ini hanya ditujukan untuk responden Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia Angkatan 2020-2024.

Link:https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdq-3snJunTVIWJRKyTaY2UMKL_F5rVTWDB2TDpuY-Wj1JkIw/viewform?usp=dialog

Bantuan dari responden akan sangat membantu bagi penelitian ini. Seluruh data dan informasi yang diperoleh akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti memohon untuk dapat menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman responden. Jika terdapat pertanyaan terkait kuesioner ini, anda dapat menghubungi nomer WhatsApp 0895383058731 (Deskian Rif Atariek).

Atas partisipasi dan bantuan Saudara/i, saya ucapkan terimakasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,
Deskian Rif Atariek

2. Data responden

- a. Nama:
- b. Jenis Kelamin:
 - Laki - Laki
 - Perempuan
 -
- c. Angkatan:
 - 2020
 - 2021
 - 2022
 - 2023
 - 2024
- d. Umur:
 - 17 - 20 Tahun
 - 21 - 25 Tahun
 - > 25 Tahun
- e. Lama menggunakan aplikasi *mobile banking*:
 - < 1 tahun
 - 1 - 2 Tahun

- 3 - 4 Tahun

3. Instruksi kuesioner

Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
- Berikan jawaban sesuai dengan pendapat atau pengalaman pribadi anda.
- Semua jawaban bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.
- Tidak ada jawaban benar atau salah, jadi harap diisi dengan jujur.
- Pastikan semua pertanyaan telah dijawab sebelum menyerahkan kuesioner.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

4. Pertanyaan kuesioner

Persepsi Kemudahan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	<i>Mobile banking</i> dapat menghemat waktu anda dalam bertransaksi sehari-hari.				
2.	<i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk dioperasikan dalam bertransaksi.				
3.	Transaksi <i>mobile banking</i> dapat dilakukan kapan saja, dimana saja tanpa batas waktu.				

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
4.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena menu di aplikasi <i>mobile banking</i> mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dimengerti.				
5.	Aplikasi di <i>mobile banking</i> mudah digunakan sehingga saya lebih terampil saat menggunakannya.				
6.	<i>Mobile banking</i> memproses setiap transaksi dengan cepat, kapanpun dan dimanapun (kecepatan diluar kondisi sinyal dan jaringan provider).				
7.	Sistem pembayaran <i>Quick Response Code Indonesia Standart</i> (QRIS) mempermudah aktivitas keuangan dalam bertransaksi.				
8.	Langkah-langkah dalam menggunakan QRIS mudah dilakukan.				
9.	Interaksi dengan layanan QRIS bersifat jelas mudah untuk dipahami.				
10.	Menggunakan QRIS terasa praktis karena tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga.				

Persepsi Kenyamanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> saya merasa nyaman karena prosesnya cepat dan tidak perlu mengantri.				
2.	Saya merasa nyaman dalam bertransaksi dengan				

	menggunakan <i>mobile banking</i> .				
3.	Saya merasa nyaman melakukan transaksi melalui <i>mobile banking</i> karena kebutuhan mendesak dapat teratasi dengan cepat dan dapat dilakukan dimana saja.				
4.	<i>Mobile banking</i> nyaman digunakan karena mudah di akses dan pengoperasiannya sangat sederhana.				
5.	Saya merasa aman dan nyaman saat menggunakan <i>mobile banking</i> untuk bertransaksi.				
6.	Penggunaan <i>mobile banking</i> membuat saya merasa nyaman secara emosional dalam mengelola keuangan.				

Persepsi Kepercayaan

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa tidak takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> karena prosesnya dijamin aman.				
2.	Transaksi yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i> aman dan dapat dipercaya karena terjamin kerahasiaannya.				
3.	<i>Mobile banking</i> telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal.				
4.	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> .				
5.	Saya percaya <i>mobile banking</i> aman digunakan untuk				

	bertransaksi.				
6.	Saya percaya semua data yang diproses melalui <i>mobile banking</i> tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank/pihak lain.				

Persepsi Minat

NO	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena syaratnya mudah.				
2	Saya senang menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat melakukan transaksi tanpa harus ke bank.				
3	Banyaknya jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan <i>mobile banking</i> .				
4	<i>Mobile banking</i> dapat memenuhi tuntutan profesi nasabah.				
5.	QRIS salah satu yang dapat digunakan dalam <i>mobile banking</i> , menjadikan transaksi menjadi lebih efisien.				
6.	<i>Mobile banking</i> aplikasi yang dapat digunakan karena aman dan nyaman.				
7.	<i>Mobile banking</i> dapat dilakukan dimana-mana karena mudah dibawa (aplikasi dalam Smartphone Android, Iphone, Tablet Android dan iPad).				

B. Hasil Kuesioner

1. Data Responden

Responden	Jenis Kelamin	Angkatan	umur	Lama menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i>
1	Laki-laki	2023	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
2	Perempuan	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
3	Laki-laki	2024	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
4	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
5	Perempuan	2022	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
6	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
7	Perempuan	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
8	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
9	Laki-laki	2024	17 - 20 Tahun	< 1 Tahun
10	Perempuan	2024	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
11	Perempuan	2024	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun
12	Perempuan	2024	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun

13	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
14	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
15	Perempuan	2024	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun
16	Perempuan	2023	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun
17	Laki-laki	2024	17 - 20 Tahun	< 1 Tahun
18	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
19	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
20	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
21	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
22	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
23	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
24	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	< 1 Tahun
25	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
26	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
27	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun

28	Laki-laki	2023	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun
29	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
30	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
31	Laki-laki	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
32	Perempuan	2022	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
33	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
34	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
35	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
36	Laki-laki	2022	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
37	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
38	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
39	Perempuan	2022	17 - 20 Tahun	1 - 2 Tahun
40	Perempuan	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
41	Laki-laki	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
42	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun

43	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
44	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
45	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
46	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	< 1 Tahun
47	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
48	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
49	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
50	Laki-laki	2022	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
51	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
52	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
53	Laki-laki	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun
54	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
55	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
56	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
57	Perempuan	2023	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun

58	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
59	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
60	Laki-laki	2023	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
61	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
62	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
63	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
64	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
65	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
66	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
67	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	1 - 2 Tahun
68	Laki-laki	2020	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
69	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
70	Perempuan	2021	21 - 25 Tahun	< 1 Tahun
71	Laki-laki	2021	21 - 25 Tahun	3 - 4 Tahun
72	Laki-laki	2023	17 - 20 Tahun	3 - 4 Tahun

2. Pernyataan Kuesioner

Persepsi Kemudahan

KODE	PERNYATAAN
KM1	<i>Mobile banking</i> dapat menghemat waktu anda dalam bertransaksi sehari-hari.
KM2	<i>Mobile banking</i> sangat mudah untuk dioperasikan dalam bertransaksi.
KM3	Transaksi <i>mobile banking</i> dapat dilakukan kapan saja, dimana saja tanpa batas waktu.
KM4	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena menu di aplikasi <i>mobile banking</i> mudah untuk dipelajari dan mudah untuk dimengerti.
KM5	Aplikasi di <i>mobile banking</i> mudah digunakan sehingga saya lebih terampil saat menggunakannya.
KM6	<i>Mobile banking</i> memproses setiap transaksi dengan cepat, kapanpun dan dimanapun (kecepatan diluar kondisi sinyal dan jaringan provider).
KM7	Sistem pembayaran <i>Quick Response Code Indonesia Standart</i> (QRIS) mempermudah aktivitas keuangan dalam bertransaksi.
KM8	Langkah-langkah dalam menggunakan QRIS mudah dilakukan.
KM9	Interaksi dengan layanan QRIS bersifat jelas mudah untuk dipahami.
KM10	Menggunakan QRIS terasa praktis karena tidak membutuhkan banyak waktu dan tenaga.

Persepsi Kenyamanan

KODE	PERNYATAAN
KN1	Bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> saya merasa nyaman karena prosesnya cepat dan tidak perlu mengantri.
KN2	Saya merasa nyaman dalam bertransaksi dengan menggunakan <i>mobile banking</i> .
KN3	Saya merasa nyaman melakukan transaksi melalui <i>mobile banking</i> karena kebutuhan mendesak dapat teratasi dengan cepat dan dapat dilakukan dimana saja.
KN4	<i>Mobile banking</i> nyaman digunakan karena mudah di akses dan pengoperasiannya sangat sederhana.
KN5	Saya merasa aman dan nyaman saat menggunakan <i>mobile banking</i> untuk bertransaksi.
KN6	Penggunaan <i>mobile banking</i> membuat saya merasa nyaman secara emosional dalam mengelola keuangan.

Persepsi Kepercayaan

KODE	PERNYATAAN
KP1	Saya merasa tidak takut dan khawatir bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> karena prosesnya dijamin aman.
KP2	Transaksi yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i> aman dan dapat dipercaya karena terjamin kerahasiaannya.
KP3	<i>Mobile banking</i> telah dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal.
KP4	Pihak bank melindungi informasi personal dan kebiasaan saya

	bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> .
KP5	Saya percaya <i>mobile banking</i> aman digunakan untuk bertransaksi.
KP6	Saya percaya semua data yang diproses melalui <i>mobile banking</i> tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank/pihak lain.

Persepsi Minat

KODE	PERNYATAAN
M1	Saya tertarik menggunakan <i>mobile banking</i> karena syaratnya mudah.
M2	Saya senang menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat melakukan transaksi tanpa harus ke bank.
M3	Banyaknya jenis transaksi yang dapat dilakukan dengan menggunakan <i>mobile banking</i> .
M4	<i>Mobile banking</i> dapat memenuhi tuntutan profesi nasabah.
M5	QRIS salah satu yang dapat digunakan dalam <i>mobile banking</i> , menjadikan transaksi menjadi lebih efisien.
M6	<i>Mobile banking</i> aplikasi yang dapat digunakan karena aman dan nyaman.
M7	<i>Mobile banking</i> dapat dilakukan dimana-mana karena mudah dibawa (aplikasi dalam Smartphone Android, Iphone, Tablet Android dan iPad).

57	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
69	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
70	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4

Persepsi Kenyamanan

Responden	KN1	KN2	KN3	KN4	KN5	KN6
1	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4
5	4	4	4	4	3	4
6	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	4	4	3
9	3	4	2	3	4	2
10	4	3	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	3

12	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	3
14	2	3	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	3	4
17	1	1	1	1	1	1
18	1	3	4	3	2	2
19	4	4	4	4	4	3
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	3	4	4	3
23	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4
25	4	4	3	4	3	3
26	4	4	4	4	4	4
27	3	3	3	3	2	2
28	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4
30	3	4	3	4	4	1
31	4	4	4	4	4	2
32	4	4	4	4	4	2
33	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	3
35	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	3	3
38	4	4	4	4	3	4
39	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	3
41	3	3	3	3	3	3

42	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4
45	4	4	3	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4
47	3	3	3	3	4	4
48	4	4	3	4	4	3
49	3	3	3	4	4	3
50	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	3	2	3
53	4	4	4	4	4	3
54	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	3
57	3	4	4	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	3	3
61	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	3
64	4	4	4	3	4	4
65	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4
68	4	3	4	3	3	3
69	3	3	3	4	3	3
70	4	3	3	3	3	2
71	4	4	4	4	4	4

72	3	4	4	4	3	4
----	---	---	---	---	---	---

Persepsi Kepercayaan

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6
1	4	4	4	4	4	4
2	3	2	2	2	2	2
3	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3
6	3	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	3	3	3
9	2	4	3	3	4	2
10	2	2	2	4	2	1
11	3	3	3	3	3	4
12	3	3	4	3	3	3
13	4	4	4	4	4	2
14	3	3	3	3	3	3
15	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	3
17	1	1	1	1	1	2
18	2	2	1	4	3	2
19	3	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4
22	4	4	3	3	4	3
23	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3

26	4	4	4	4	4	4
27	2	2	3	3	3	2
28	3	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	3
30	4	3	3	3	4	3
31	4	4	4	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3
33	4	4	4	4	4	4
34	3	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	2	2	2	2	3	3
37	3	3	3	3	3	3
38	3	3	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4
40	3	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3
42	4	3	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4
46	4	4	2	2	3	2
47	3	3	4	4	3	3
48	3	3	3	3	3	3
49	3	3	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4
52	3	3	3	3	3	3
53	4	3	3	3	3	3
54	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4

56	3	3	3	3	3	3
57	4	4	4	3	3	3
58	3	3	3	4	4	3
59	4	4	4	4	4	4
60	3	3	4	4	3	3
61	4	4	4	4	3	4
62	3	3	4	4	4	4
63	4	3	4	3	4	4
64	3	3	3	3	3	2
65	3	3	3	3	3	3
66	2	3	2	2	2	2
67	3	3	3	3	3	3
68	3	3	3	3	3	3
69	3	3	3	3	4	3
70	2	3	3	2	3	2
71	3	3	3	4	4	3
72	3	3	3	3	4	3

Persepsi Minat

Responden	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7
1	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	3	4
6	4	4	4	3	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	3
8	3	4	4	3	4	3	4
9	4	2	4	1	4	3	3

10	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	3	4	3	4
12	3	4	4	3	4	3	4
13	4	3	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4
17	1	1	1	1	1	1	1
18	3	4	4	2	4	4	3
19	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4
22	3	4	3	3	4	4	3
23	3	4	4	3	4	4	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	3	4	3	4
26	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	3	3	2	3
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	3	4	4	4
30	4	4	4	3	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	3	3	4	3	4
33	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	2	3	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4
39	3	4	4	2	4	4	4

40	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	3	4	3
42	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	3	4	4	4
46	4	4	4	3	4	4	4
47	3	4	3	3	3	3	3
48	4	4	4	3	4	3	4
49	3	3	3	4	4	3	4
50	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	3	4
53	4	4	4	3	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	3	4	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4
60	2	4	4	3	4	3	4
61	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	3	4
66	4	4	3	3	4	3	4
67	4	4	4	3	4	4	4
68	3	4	3	3	3	3	4
69	2	3	3	3	3	4	3

70	3	4	3	3	4	3	4
71	2	4	4	4	4	4	4
72	3	4	4	4	4	3	4