

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT,
DAN RISIKO TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE*
*BANKING***
(Studi Kasus : Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza)



SKRIPSI

**Disusun untuk Melengkapi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (SE)**

Oleh :

INDRI SUWARI

NIM : 1707025060

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA
2021 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus : Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza)” merupakan hasil karya asli yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar strata satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan.
3. Jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan hasil jiplakan dari karya orang lain, maka bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, Jakarta Selatan

Jakarta, 1 Agustus 2021



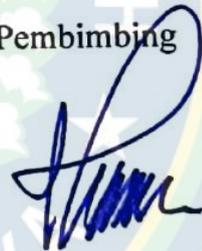
Indri Suwari

1707025060

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus: Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza)”**, ditulis oleh Indri Suwari, NIM: 1707025060, telah disetujui untuk diajukan ke dalam sidang Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

Pembimbing



(Ir. Agung Haryanto, M.E)

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus: Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza)”, ditulis oleh Indri Suwari, NIM : 1707025060, diujikan pada hari Kamis, 21 Oktober 2021, diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata 1 (S1) Program Studi Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Fitri Liza, S.Ag., M.A.</u>		23/11/2021 (Fitri Liza, S.Ag., M.A.)
Ketua		23/11/2021
<u>Ai Fatimah Nur Fuad, Lc. M.A., Ph.D.</u>		19/11/21
Sekretaris		20/11/21
<u>Ir. Agung Haryanto, M.E</u>		19/11/21
Anggota / Pembimbing		19/11/21
<u>Nur Melinda Lestari, SE.I, M.H.</u>		17/11/2021
Anggota / Penguji I		17/11/2021
<u>Ahmad Said Matondang, M.E., Sy.</u>		17/11/2021
Anggota / Penguji II		

ABSTRAKSI

Indri Suwari, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus: Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza). Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) 2) Bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) secara simultan (bersama-sama).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) secara simultan, selain itu juga menguji masing-masing variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* secara parsial.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan hipotesis testing. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada responden sesuai jumlah sampel yaitu sebanyak 100 orang dengan sasaran nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza. Menggunakan Teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan Uji t, Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi (R^2). Olah data penelitian ini menggunakan *Microsoft Excel & SPSS*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) secara simultan dengan nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $50,411 > F$ table 2,70. Dari uji parsial, variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig. $0,007 < 0,05$ dan t hitung $2,739 > t$ table 1,985, persepsi manfaat (X2) berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan t hitung $4,025 > t$ table 1,985 & persepsi risiko berpengaruh positif signifikan dengan nilai sig. $0,028 < 0,05$ dan t hitung $2,234 > t$ table 1,985 terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y).

Pada uji Koefisien Determinasi (R^2) pengaruh variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi manfaat (X2), dan persepsi risiko (X3) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Y) mampu menjelaskan variasi variabel-variabel independent terhadap variasi variabel dependen sebesar 60%. Sisanya sekitar 40% dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Persepsi Risiko, Minat Menggunakan Mobile Banking



DAFTAR ISI

Pernyataan Keaslian Skripsi.....	i
Persetujuan Pembimbing.....	ii
Pengesahan Panitia Ujian Skripsi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Abstraksi.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
F. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Persepsi.....	15
B. Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	17
C. Persepsi Manfaat.....	18
D. Persepsi Risiko.....	19

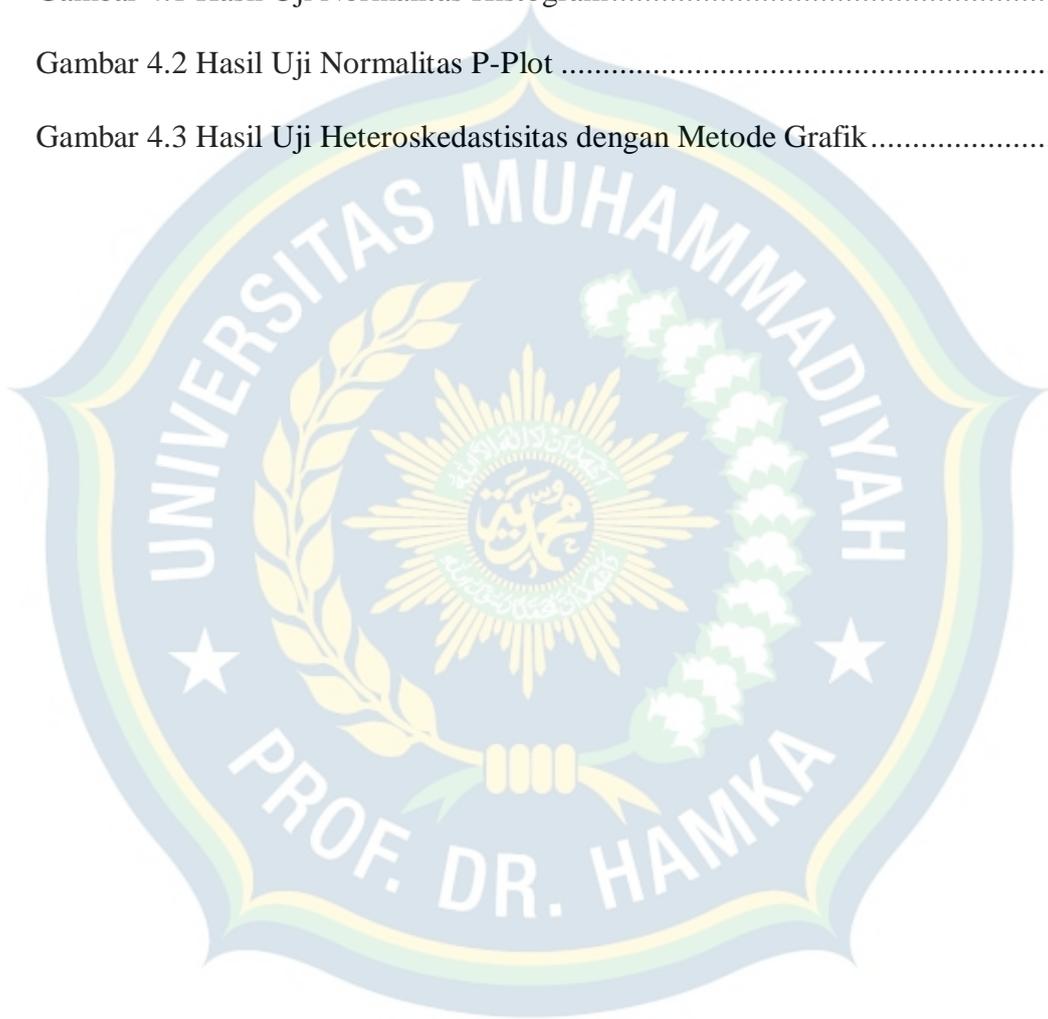
E. Minat Menggunakan	19
F. Kerangka Berpikir.....	20
G. Hipotesis.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	24
A. Ruang Lingkup Penelitian	24
B. Metode Pengumpulan Data	30
C. Metode Pengolahan Data.....	33
D. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Gambaran Umum Mobile Banking.....	40
B. Gambaran Umum PT. Bank Syariah Indonesia.....	41
C. Karakteristik Responden	43
D. Hasil Analisis Data	47
E. Pembahasan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	63
Daftar Pustaka	65
Lampiran-Lampiran	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.2 Penilaian Kualitas Variabel	34
Tabel 4.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.4 Berdasarkan Pendapatan.....	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>One-Sample</i> Kolmogrov-Smirnov.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi R^2	57
Tabel 4.11 Hasil Uji t (Parsial).....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji f (Simultan)	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Grafik.....	54



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi membuat masyarakat melakukan segala sesuatu yang perlu dilakukan dengan andal, praktis dan lancar terutama dalam bertransaksi. Pihak yang ikut serta dalam perkembangan teknologi yaitu industri perbankan. Cara perbankan yang mengharuskan nasabah datang ke bank, mengisi formulir dan antri untuk setiap transaksi dinilai tidak efisien karena memakan waktu. Oleh karena itu, bank semakin menyempurnakan layanannya yaitu memberikan layanan *Mobile Banking* dengan tujuan memberikan kemudahan kepada nasabah dalam setiap bertransaksi kapan saja dan di mana saja.

Mobile Banking ialah produk layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah yang dapat langsung diakses oleh nasabah dengan menggunakan telepon genggam untuk transaksi keuangan. Layanan yang ada di dalam *mobile banking*, yaitu informasi tentang saldo, mutasi rekening, transfer, pembayaran dan pembelian. Nasabah tidak perlu lagi ke bank untuk menyelesaikan transaksi yang ada di *mobile banking* kecuali untuk penarikan.

Menurut Davis (1989) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang menggunakan *mobile banking*, yaitu teori *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM bertujuan memberikan penjelasan secara parsimony atas faktor tertentu adopsi dari perilaku pengguna teknologi

informasi terhadap penerimaan penggunaan teknologi informasi itu sendiri. TAM memiliki focus pada sikap terhadap penggunaan teknologi informasi oleh pengguna dengan mengembangkan berdasarkan persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi kemudahan (*perceived easy of use*) dalam penggunaan teknologi informasi. (Rahayu, 2019)

Penelitian ini didukung oleh Vany Yuni Astuti (2019) tetapi yang membedakan penelitian ini dengan sebelumnya ialah tingkat penggunaan *mobile banking* sudah terjadi peningkatan tetapi ada faktor yang membuat nasabah ragu dalam menggunakan *mobile banking* yaitu persepsi risiko.

Menurut hasil penelitiannya yang dilakukan oleh Vany Yuni Astuti (2019) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Didukung penelitian ini, tetapi yang membedakan dengan penelitian peneliti yaitu variabel persepsi risiko yang dibahas dalam permasalahan. Namun, berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasnan Habib Harahap (2020) menunjukkan hasil bahwa persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat dosen dan pegawai IAIN Padangsidempuan dalam menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza dari segi persepsi kemudahan penggunaan nasabah yang tidak memanfaatkan *mobile banking* karena kurangnya pemahaman nasabah mengenai cara menggunakan *mobile banking* sehingga merasa kesulitan.

Kita tahu bahwa layanan *mobile banking* yang diberikan bank kepada nasabah sangat bermanfaat karena dapat menjangkau kapan saja dan dimana saja, namun pada kenyataannya layanan *mobile banking* ini justru kurang diminati nasabah. Nasabah lebih memilih bertransaksi di ATM atau langsung mengantri di bank. Contoh yang terjadi di Bank Syariah Indonesia, (CNBC Indonesia, 2021) pada Agustus 2021 dikonfirmasi dalam beritanya bahwa ada sekitar 2,7 juta user pengguna *Mobile Banking* dari total sekitar 15 juta nasabah, baik individu maupun perusahaan (Kompas, 2021). Nasabah-nasabah ini sebelumnya adalah nasabah Bank Syariah Mandiri, BRI Syariah, dan BNI Syariah yang dimerger menjadi Bank Syariah Indonesia.).

Menurut hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Semarang Pandanaran. Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Jhone Fernos dan Majrizal Alfadino (2021) menunjukkan hasil bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dhamasraya.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza dari segi persepsi manfaat nasabah yang

tidak memanfaatkan *mobile banking* karena nasabah tetap memilih transaksi melalui mesin ATM ataupun mengantri di bank.

Gambar 1.1

Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII).

Pada tahun 2018 hasil survey penetrasi pengguna internet yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) terjadi peningkatan dari tahun sebelumnya menjadi 64,8 persen yang berjumlah 171,17 juta jiwa. Lalu di tahun 2019-2020 lebih meningkat dari 64,8 persen menjadi 73,7 persen dengan jumlah 196,71 juta jiwa dari total populasi 266,91 juta jiwa penduduk di Indonesia. Meskipun penetrasi pengguna internet meningkat setiap tahunnya, tetapi menurut Pratiwi (2012) terdapat faktor yang membuat nasabah ragu untuk menggunakan *mobile banking* yaitu faktor persepsi risiko. (Jayantari & Seminari, 2018)

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara (2015) menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan

mobile banking. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Fakhrurozi (2018) menunjukkan bahwa persepsi risiko tidak mempengaruhi terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan observasi peneliti di lapangan yaitu Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza dari segi persepsi risiko nasabah yang tidak memanfaatkan *mobile banking* karena keterbatasan teknologi handphone nasabah yang tidak mendukung, gagal dalam aktivasi dan terdapat masalah gangguan yang disebabkan oleh buffering/lagging sehingga nasabah merasa tidak bersahabat menggunakan *mobile banking*.

Karena fenomena ini dan *research gap* sebelumnya masih terdapat perbedaan hasil penelitian sehingga penelitian lebih lanjut dapat dilakukan.. Penulis mencoba melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus: Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza)**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya pemahaman nasabah mengenai cara penggunaan *mobile banking*, sehingga merasa kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*.
2. Keterbatasan teknologi handphone nasabah, hal tersebut membuat nasabah tidak menggunakan *mobile banking*.
3. Ketika nasabah sudah berminat menggunakan *mobile banking* terdapat

masalah gangguan saat aktivasi, hal tersebut membuat nasabah merasa tidak efisien karena datang kembali ke kantor cabang untuk aktivasi ulang.

4. Terdapat masalah gangguan yang disebabkan karena buffering/lagging, hal tersebut membuat nasabah tidak bersahabat dalam menggunakan mobile banking sehingga menimbulkan risiko.

5. Nasabah masih menyukai transaksi menggunakan kartu ATM dan langsung ke kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti membatasi permasalahan yaitu berfokus pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, dan risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Studi Kasus: Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza).

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas, maka dapat peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?
2. Apakah Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?

3. Apakah Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?
4. Apakah Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, dan Persepsi Risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, selanjut penulis akan memaparkan terkait tujuan dan manfaat penelitian, sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza.
- b. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza.
- c. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza.

- d. Untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Depok Sawangan Sari Plaza.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam menrepakan ilmu dan mengkaji permasalahan yang diteliti sesuai dengan bidang yang dipelajari dalam perkuliahan.

- b. Bagi Bank

Sebagai informasi baru dan bahan evaluasi untuk Perbankan Syariah dalam memberikan layanan *mobile banking*.

- c. Bagi Universitas

Diharapkan dapat memberikan pemahaman dan data sebagai sumber informasi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

- d. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan edukasi dan informasi kepada masyarakat agar dapat menggunakan *mobile banking* dengan baik.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tabel 1.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Judul Skripsi, Tahun	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Ilham Basrian Jasuma Putra, PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN, PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN, PERSEPSI RISIKO DAN PERSEPSI KENYAMAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN FASILITAS <i>MOBILE BANKING</i> BANK SYARIAH (SURVEI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN RADEN FATAH PALEMBANG), 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variable kemanfaatan dan risiko berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>. 2. Variable kemudahan penggunaan dan kenyamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>. 3. Variabel kemanfaatan, kemudahan penggunaan, risiko, dan kenyamanan secara simlutan berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile</i> 	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, dan persepsi risiko terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi 2. Waktu Penelitian

		<i>banking.</i>		
2.	Priestiani Putri Rahayu, PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEPERCAYAAN, DAN PERSEPSI KENYAMANAN TERHADAP MINAT PENGGUNAAN <i>MOBILE BANKING</i> (STUDI EMPIRIS PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA, 2019	Masing-masing variable terdapat pengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i> .	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> ,	1. Lokasi 2. Waktu Penelitian 3. Penelitian ini membahas persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan
3.	Mario Ledesman, PENGARUH MANFAAT, KEPERCAYAAN, DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN <i>MOBILE BANKING</i> (STUDI KASUS BSM CABANG BANDAR JAYA), 2018	1. Variable manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersamaan memiliki pengaruh simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> . 2. Variable manfaat dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas manfaat dan kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .	1. Lokasi 2. Waktu Penelitian 3. Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu membahas variable kepercayaan.

		<p>minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>3. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>.</p>		
4.	<p>Rezza Resita Himawati, PENGARUH PERSEPSI MANFAAT DAN PERSEPSI KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN <i>MOBILE BANKING</i> DENGAN SIKAP SEBAGAI <i>VARIABEL INTERVENING</i> STUDI KASUS PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO), TBK KANTOR CABANG SYARIAH SOLO), 2018</p>	<p>1. Variable manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>2. Variable kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>3. Sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.</p> <p>4. Sikap tidak berpengaruh</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p>	<p>1. Lokasi</p> <p>2. Waktu Penelitian</p> <p>3. Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu terdapat sikap sebagai <i>variable intervening</i>.</p>

		<p>sebagai variable mediasi antara pengaruh persepsi manfaat terhadap minat.</p> <p>5. Sikap tidak berpengaruh sebagai variable mediasi antara pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat.</p>		
5.	<p>Suci Anggraeni, ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEMANFAATAN TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN <i>MOBILE BANKING</i> DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL <i>INTERVENING</i> (STUDI KASUS PADA BANK MANDIRI SYARIAH KCP MUNTILAN)</p>	<p>1. Variable kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>2. Variable manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p> <p>3. Pengaruh kepercayaan penggunaan berpengaruh positif terhadap</p>	<p>Penelitian ini memiliki persamaan yaitu membahas kemudahan dan manfaat terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>.</p>	<p>1. Lokasi</p> <p>2. Waktu Penelitian</p> <p>3. Penelitian ini memiliki perbedaan yaitu kepercayaan sebagai variable intervening</p>

		minat 4. Kepercayaan berpengaruh sebagai variable mediasi antara pengaruh persepsi kemudahan terhadap minat. 5. Kepercayaan berpengaruh sebagai variable mediasi antara pengaruh persepsi manfaat terhadap minat		
--	--	--	--	--

G. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini terdapat 5 bab pembahasan. Masing-masing tiap bab nya memiliki keterkaitan agar terwujudnya penelitian yang berkorelasi dengan baik dan benar. Berikut adalah rincian yang disajikan dalam sistematikan penulisan pada penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini menggambarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan & manfaat penelitian, penelitian terdahulu yang relevan serta sistematikan penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan kajian teoritis mengenai pengertian dan indikator-indikator persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, persepsi risiko dan minat menggunakan. Kerangka berpikir dan pengajuan hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini, variable penelitian, jenis & sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang menjadi objek kajian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN INTERPRETASI

Bagian ini mendeskripsikan tentang gambaran umum *mobile banking*, PT. Bank Syariah Indonesia serta visi dan misi. Bagian ini juga mendeskripsikan hasil & pembahasan penelitian sesuai dengan uji yang digunakan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapat pada hasil penelitian yang dilakukan dan juga saran yang menjadi perbaikan untuk penelitian selanjutnya yang akan datang serta bagi perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrini, R. (2020). Pelayanan Bank Syariah Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau). *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance Vol. 3 No 1, Mei 2020 p-ISSN: 2621-6833 e-ISSN: 2621-7465.*
- Atriani, Permadi, L. A., & Rinuastuti, B. H. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Menggunakan Dompot Digital OVO. *JSEH (Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora) Vol. 6 No 1, Juni 2020 (PP.54-61) p-ISSN: 2461-0666 e-ISSN: 2461-0720.*
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., . . . Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.* Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Jayantari, I. A., & Seminari, N. K. (2018). Peran Kepercayaan Memediasa Persepsi Risiko Terhadap Niat Menggunakan Mandiri Mobile Banking di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud, 2628.*
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2018). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Journal Trunojoyo Kompetensi Vol.12 No.2, 207.*
- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen Vol. 8 No 2, Mei 2019 ISSN: 2089-3477 e-ISSN: 2477-4774.*

- Khoiriyah, I., Kusumawati, D. A., & Indriasari, I. (2020). Analisis Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology (Fintech) di Jawa Tengah. *Journal of Management & Business Vol. 3 No 2 Tahun 2020 ISSN: 2621-850X e-ISSN: 2621-9565*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandida Buku.
- Listyana, R., & Hartono, Y. (2015). Persepsi dan Sikap Masyarakat terhadap Penanggalan Jawa Dalam Penentuan Waktu Pernikahan (Studi Kasus Desa Jonggrang Kecamatan Barat Kabupaten Magetan Tahun 2013). *Jurnal Agastya Vol.5 No.1*, 122.
- Ningsih, H. A., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Terhadap Keputusan Menggunakan Uang Elektronik (QRIS) Pada Mahasiswa. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol. 4 No 1, Maret 2020*.
- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.
- Uyun, M., & Warsah, I. (2021). *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Thahir, A. (2014). *Psikologi Belajar*. Bandar Lampung: IAIN Raden Intan Lampung.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat

- Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline di Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 6, No 1, 2015.*
- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV. Jejak.
- Chasanah, A. N., & Adhi, D. K. (2017). Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate yang Listed di BEI Tahun 2012-2015. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Vol. 12 No.2, 138.*
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Depok: Kencana.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Mehta, C. R., & Patel, N. R. (n.d.). *IBM SPSS Exact Tests*.
- Mundir. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jember: STAIN Jember Press.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing.
- Putu Agung, A. A., & Yuesti, A. (2019). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Bali: CV. Noah Aletheia.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Siyoto, S., & Sodik, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*. Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan.
- Nelwan, J. Z., Yasa, N. N., Sukaatmadja, I. G., & Ekawati, N. W. (2021). *Layanan Internet Banking dan Mobile Banking di Bank KB Bukopin*. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Rahmad, A. D., Astuti, E. S., & Riyadi. (2017). Pengaruh Kemudahan Terhadap Kepercayaan dan Penggunaan SMS Banking (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.43 No.1*.
- CNBC Indonesia. (2021). *Gegara Ini, Mobile Banking Syariah Indonesia Melesat 98%*. Syahrizal Sidik.
- Kompas. (2021). *Bank Syariah Indonesia Sasaran Kalangan Milenial*. Jakarta: kompas.id. Retrieved from <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2021/08/04/bank-syariah-indonesia-sasar-kalangan-milenial/>
- Bank Syariah Indonesia. (2021). [https://www.bankbsi.co.id /](https://www.bankbsi.co.id/)
- Pratiwi, M. T., Indriani, F., & Sugiarto, J. (2017). Analisis Pengaruh Technology Readiness Terhadap Minat Menggunakan Tcash di Kota Semarang. *Magister Manajemen*.

Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*. Yogyakarta.

