

## PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**JUDUL** : **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI INDONESIA**

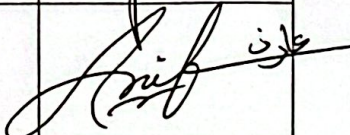
**NAMA** : **Imelda Surya Santoso**

**NIM** : **2002055009**

**PROGRAM STUDI** : **Ekonomi Islam**

**TAHUN AKADEMIK** : **2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

|              |                                |                                                                                       |
|--------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| Pembimbing 1 | Diah Ayu Legowati, SE.I M.Si.  |  |
| Pembimbing 2 | Arief Fitriyanto, S.E.Sy.,M.Si |   |

Mengetahui,  
Kepala Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

  
Diah Ayu Legowati, SE.I M.Si.



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. Raya Bogor Km. 23 No. 99 Flyover Pasar Rebo, Jakarta Timur 13750 Telp. 082817055264, Telp/Fax. (021) 87796977  
Website : <http://www.uhamka.ac.id>, Email : [feb.uhamka@yahoo.com](mailto:feb.uhamka@yahoo.com), [Feb.uhamka@gmail.com](mailto:Feb.uhamka@gmail.com)

**CATATAN KONSULTASI SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Imelda SuryaSantoso  
NPM/NIM : 2002055009  
Program Studi : S1 Ekonomi Islam  
Dosen Pembimbing II : Arief Fitriyanto.,S.E.Sy.,M.Si

| No. | Tanggal      | Uraian Perbaikan                | Paraf |
|-----|--------------|---------------------------------|-------|
| 1.  | 18 Juni 2026 | Proposal skripsi                |       |
| 2.  | 20 Juni 2026 | Perbaikan skripsi               |       |
| 3.  | 26 Juni 2026 | Instrumen Penelitian            |       |
| 4.  | 30 Juni 2026 | Pengumpulan dan pengolahan Data |       |
| 5.  | 5 Juli 2026  | Analisa dan Interpretasi        |       |
| 6.  | 10 Juli 2026 | Kesimpulan dan Saran            |       |
| 7.  | 17 Juli 2026 | Abstrak dan Lampiran            |       |
| 8.  | 23 Juli 2026 | Acc sidang                      |       |

Jakarta, 23 Juli 2026

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Diah Ayu Legowati, S.EI., M.Si

Dosen Pembimbing II

Arief Fitriyanto., S.E.Sy., M.Si



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI  
INDONESIA**

SKRIPSI

Imelda Surya Santoso

2002055009

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2026



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN  
KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN  
LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI  
INDONESIA**

SKRIPSI

Imelda Surya Santoso

2002055009

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM  
JAKARTA  
2026

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul “PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA” merupakan hasil karya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagian bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA atau perguruan tinggi lainnya. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

Jakarta, 29 Juni 2026

Yang menyatakan,

(Imelda Surya Santoso)

NIM. 2002055009

## **PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI**

**JUDUL** : **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA**

**NAMA** : **Imelda Surya Santoso**

**NIM** : **2002055009**

**PROGRAM STUDI** : **Ekonomi Islam**

**TAHUN AKADEMIK** : **2020**

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan dalam ujian skripsi :

|              |                          |  |
|--------------|--------------------------|--|
| Pembimbing 1 | Diah Ayu Legowati, M.Si. |  |
| Pembimbing 2 | Arief Fitriyanto         |  |

Mengetahui,  
Kepala Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Diah Ayu Legowati, M.Si.

## **PENGESAHAN SKRIPSI**

### **PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE* *BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA**

Yang disusun oleh :  
Imelda Surya Santoso  
2002055009

telah diperiksa dan dipertahankan di depan panitia ujian kesarjanaan strata - satu  
(S1) Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Pada Tanggal :

Tim Penguji :  
Ketua, merangkap anggota :

( )

Sekretaris, merangkap anggota :

( )

Anggota :

( )

**Mengetahui,**

Ketua Program Studi Ekonomi Islam  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR.  
HAMKA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof.  
DR. HAMKA

Diah Ayu Legowati, M.Si.

Zulpahmi, SE., M.Si., DR.

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imelda Surya Santoso  
NIM : 2002055009  
Program Studi : Ekonomi Islam  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA Hak Bebas **Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 29 Juni 2026  
Yang menyatakan

(Imelda Surya Santoso)

## ***ABSTRAK***

**Imelda Surya Santoso (2002055009)**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE*  
*BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA**

*Skripsi. Program Strata Satu Program Studi Ekonomi Islam. Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA. 2024. Jakarta.*

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor sosial, keamanan, dan kemudahan terhadap minat menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan atau mengetahui layanan digital mobile banking bank syariah di Indonesia. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan program IBM SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji t (parsial), dan uji F (simultan).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah dengan nilai koefisien sebesar 0,376 dan nilai signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah dengan nilai koefisien sebesar 0,032 dan nilai signifikansi 0,820 ( $>0,05$ ). Sementara itu, variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah dengan nilai koefisien sebesar 0,375 dan nilai signifikansi 0,007 ( $<0,05$ ). Secara simultan, faktor sosial, keamanan, dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $<0,05$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,444 menunjukkan bahwa faktor sosial,

keamanan, dan kemudahan mampu menjelaskan sebesar 44,4% variasi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah, sedangkan sisanya sebesar 55,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor sosial dan kemudahan merupakan faktor yang berperan dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah, sedangkan faktor keamanan belum menjadi faktor yang memengaruhi minat secara signifikan. Oleh karena itu, perbankan syariah diharapkan terus meningkatkan kemudahan penggunaan layanan digital, memperkuat pengaruh positif melalui lingkungan sosial, serta tetap menjaga dan meningkatkan sistem keamanan guna meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat dalam menggunakan layanan digital *mobile banking*.

**Kata Kunci:** Faktor Sosial, Keamanan, Kemudahan, Minat Menggunakan, Digital *Mobile Banking*, Bank Syariah.

## **ABSTRACT**

**Imelda Surya Santoso (2002055009)**

***THE EFFECT OF SOCIAL, SECURITY, AND CONVENIENCE FACTORS  
ON INTEREST IN USING DIGITAL MOBILE BANKING SERVICES OF  
ISLAMIC BANKS IN INDONESIA***

*Thesis. Undergraduate Program of Islamic Economics Study Program. Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Prof. Dr. HAMKA. 2026. Jakarta.*

*This study aims to analyze the influence of social factors, security, and ease of use on the interest in using Islamic digital mobile banking services in Indonesia, both partially and simultaneously. This research employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of individuals who use or are familiar with Islamic digital mobile banking services in Indonesia. A total of 100 respondents were selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using IBM SPSS. The analytical techniques included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, the coefficient of determination ( $R^2$ ), the t-test (partial test), and the F-test (simultaneous test).*

*The results indicate that, partially, social factors have a positive and significant effect on the interest in using Islamic digital mobile banking services, with a regression coefficient of 0.376 and a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). Security does not have a significant effect on users' interest, with a regression coefficient of 0.032 and a significance value of 0.820 ( $p > 0.05$ ). Meanwhile, ease of use has a positive and significant effect on users' interest, with a regression coefficient of 0.375 and a significance value of 0.007 ( $p < 0.05$ ). Simultaneously, social factors, security, and ease of use significantly influence the interest in using Islamic digital mobile banking services, as indicated by a significance value of 0.000 ( $p < 0.05$ ). The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.444 indicates that social factors, security,*

*and ease of use explain 44.4% of the variance in users' interest, while the remaining 55.6% is explained by other variables not included in this study.*

*The findings suggest that social factors and ease of use play important roles in increasing people's interest in using Islamic digital mobile banking services, whereas security is not a significant determinant of users' interest. Therefore, Islamic banks are encouraged to improve the ease of use of their digital services, strengthen positive social influence through public engagement, and continuously maintain and enhance their security systems to increase public trust and encourage greater adoption of Islamic digital mobile banking services.*

**Keywords:** *Social Factors, Security, Ease of Use, Interest in Using, Digital Mobile Banking, Islamic Banking.*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya dan tak lupa pula shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL *MOBILE BANKING* BANK SYARIAH DI INDONESIA”.

Skripsi ini penulis sajikan dalam rangka memenuhi salah satu syarat di dalam menyelesaikan program Srata Satu untuk Program Studi Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. Dr HAMKA Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis melibatkan berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil, maka penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas segala Rahmat dan izin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Gunawan Suryoputro, M.Hum., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
3. Bapak Prof. Dr. Zulpahmi, SE., M.Si., DR., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
4. Ibu Ummu Salma Al Azizah., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
5. Bapak Prof. Dr. Sumardi, S.E., M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.
6. Bapak Edi Setiawan, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA.

7. Ibu Diah Ayu Legowati, M.Si., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan motivasi arahan dan bimbingan nya sampai terselesaikanya skripsi ini.
8. Bapak Arief Fitriyanto., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan motivasi arahan dan bimbingan nya sampai terselesaikanya skripsi ini.
9. Orang tua tercinta, adik, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendoakan, membimbing, memotivasi, dan memberikan segala bentuk kasih sayang yang tidak dapat digantikan oleh apapun yang ada di dunia ini.
10. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA yang telah memberikan ilmu pengetahuan dalam penyusunan ini.
11. Semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu namanya, yang selama ini telah membantu bantuan kepada penulis sehingga terselesaikannya tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang berguna untuk perbaikan proposal skripsi ini, Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pihak yang membutuhkan pada umumnya.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Jakarta, 29 Juni 2026

Penulis

## DAFTAR PUSTAKA

|                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------|----|
| PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                             | 3  |
| PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....                                            | 4  |
| PENGESAHAN SKRIPSI .....                                                  | 5  |
| UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....                                          | 6  |
| KATA PENGANTAR .....                                                      | 11 |
| DAFTAR TABEL .....                                                        | 15 |
| DAFTAR GAMBAR .....                                                       | 16 |
| BAB I PENDAHULUAN .....                                                   | 17 |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                  | 17 |
| 1.2 Permasalahan.....                                                     | 27 |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                                          | 27 |
| 1.2.2 Pembatasan Masalah .....                                            | 28 |
| 1.2.3 Perumusan Masalah .....                                             | 28 |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                               | 28 |
| 1.4 Manfaat Penulisan.....                                                | 29 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                                              | 30 |
| 2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....                                    | 30 |
| 2.2 Telaah Pustaka .....                                                  | 64 |
| 2.2.1 Landasan Pustaka .....                                              | 64 |
| 2.2.2 Faktor Sosial .....                                                 | 68 |
| 2.2.3 Keamanan.....                                                       | 69 |
| 2.2.4 Kemudahan .....                                                     | 70 |
| 2.2.5 Minat Menggunakan Layanan Digital Mobile Banking Bank Syariah ..... | 72 |
| 2.3 Kerangka Penelitian Teoritis.....                                     | 73 |
| 2.4 Rumusan Hipotesis .....                                               | 78 |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                            | 80 |
| 3.1 Metodologi Penelitian .....                                           | 80 |
| 3.2 Operasional Variabel.....                                             | 81 |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                             | 82 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                                         | 83 |
| 3.2 Teknik Pengolahan dan Analisi Data .....                              | 84 |
| 3.2.1 Uji Validitas .....                                                 | 84 |
| 3.2.2 Uji Reabilitas.....                                                 | 84 |
| 3.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....                               | 85 |

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| 3.2.4 Uji Asumsi Klasik .....                                               | 86  |
| 3.2.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                        | 88  |
| 3.2.6 Pengujian Hipotesis.....                                              | 89  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....                                           | 91  |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                    | 91  |
| 4.2 Karakteristik Responden .....                                           | 92  |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan ..... | 92  |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                         | 93  |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....                   | 93  |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....               | 94  |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....         | 94  |
| 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....         | 95  |
| 4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....              | 95  |
| 4.3 Teknik Pengolahan dan Analisa Data .....                                | 96  |
| 4.3.1 Uji Validitas .....                                                   | 96  |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas .....                                                | 98  |
| 4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                 | 98  |
| 4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....                                               | 100 |
| 4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                        | 103 |
| 4.3.6 Pengujian Hipotesis.....                                              | 104 |
| BAB V PENUTUP.....                                                          | 109 |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                        | 109 |
| 5.2 Penutup.....                                                            | 109 |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu.....                                   | 27 |
| Tabel 3.1 Operasional Variabel.....                                            | 57 |
| Tabel 3.2 Bobot Nilai Penggunaan Skala Likert.....                             | 59 |
| Tabel 3.3 Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi.....                             | 65 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan..... | 67 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                        | 68 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                   | 69 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....               | 69 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....        | 70 |
| Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....         | 71 |
| Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....              | 71 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas.....                                                   | 72 |
| Tabel 4.9 Uji Reabilitas.....                                                  | 74 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                         |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Rekening Perbankan Syariah Indonesia Tahun 2021–2025..... | 2  |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....                                             | 53 |
| Gambar 4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....                                        | 75 |
| Gambar 4.2 Uji Normalitas.....                                                          | 77 |
| Gambar 4.3 Uji Multikolinearitas.....                                                   | 77 |
| Gambar 4.4 Uji Heteroskedastitas.....                                                   | 78 |
| Gambar 4.5 Uji Glejser.....                                                             | 79 |
| Gambar 4.6 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....                                | 79 |
| Gambar 4.7 Uji T.....                                                                   | 81 |
| Gambar 4.8 Uji F.....                                                                   | 82 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat telah mendorong berbagai sektor kehidupan, termasuk dunia usaha, untuk terus berinovasi mengikuti perubahan zaman. Bank Indonesia mencatat bahwa hingga triwulan III 2025 volume transaksi pembayaran digital nasional telah mencapai 12,99 miliar transaksi dengan pertumbuhan 38,08% secara tahunan, sementara nilai transaksi digital nasional menembus Rp59,4 ribu triliun atau setara sekitar tiga kali Produk Domestik Bruto Indonesia (Bank Indonesia, 2025). Kemajuan inilah yang kemudian diadopsi oleh industri perbankan, yang secara bertahap bertransformasi dari layanan berbasis cabang fisik menuju layanan digital, diawali oleh internet banking dan kini berkembang menjadi layanan berbasis aplikasi pada smartphone, guna menjawab tuntutan nasabah akan kecepatan dan kepraktisan transaksi tanpa batas ruang dan waktu.

Wujud nyata transformasi tersebut adalah mobile banking, yakni layanan produk perbankan berbasis smartphone yang memudahkan nasabah maupun bank dalam bertransaksi. Tren penggunaannya terus meningkat setiap tahun; volume transaksi mobile banking nasional pada Juni 2025 tercatat 2,29 miliar transaksi, tumbuh 27,68% dibandingkan Juni 2024 (Databoks, 2025).

Inovasi layanan digital *mobile banking* Bank Syariah hadir di Indonesia dikarenakan perkembangan teknologi yang terjadi. *Startup* seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, Grab, dan lainnya memiliki pengaruh terhadap perubahan kebiasaan masyarakat. Dimana transaksi pada startup mendorong penggunaan uang elektronik lebih banyak dari sebelumnya. Banyaknya perusahaan teknologi yang masuk kedalam sektor keuangan akan menjadi ancaman bagi lembaga keuangan yang sudah ada terutama bank tradisional. Dengan hadirnya layanan digital *mobile banking* Bank Syariah akan

menjadi sebuah adaptasi baru bagi bank tradisional untuk mampu menghadapi perubahan dan ancaman yang muncul.



**Gambar 1.1 Pertumbuhan Jumlah Rekening Perbankan Syariah Indonesia  
Tahun 2021–2025**

Jumlah rekening Dana Pihak Ketiga (DPK) pada perbankan syariah di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat selama periode 2021–2025. Pada tahun 2021 jumlah rekening tercatat sebanyak **42,32 juta rekening**, kemudian meningkat menjadi **51,79 juta rekening** pada tahun 2022. Pada tahun 2023 jumlah rekening kembali meningkat menjadi **56,95 juta rekening**, dan pada tahun 2024 mencapai **60,57 juta rekening**. Hingga Januari 2025, jumlah rekening kembali mengalami peningkatan menjadi **60,80 juta rekening**. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap layanan perbankan syariah terus berkembang dari tahun ke tahun.

Layanan digital mobile banking bank syariah merupakan inovasi sekaligus bentuk adaptasi bank syariah dalam menghadapi perubahan zaman. Kehadiran bank syariah dilandasi tujuan menjalankan maqashid syari'ah, yakni menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta (Febriadi, 2017), dengan skema akad pada setiap produknya guna menghindari riba,

yang menjadikannya berbeda secara fundamental dari bank konvensional (Lin Emy & Anik, 2020). Setelah lebih dari tiga dekade berkembang sejak kemunculannya pada era 1990-an, bank syariah kini menunjukkan tren positif: OJK mencatat aset perbankan syariah nasional per Desember 2025 mencapai Rp980,30 triliun dengan pangsa pasar 7,69% terhadap total aset perbankan nasional sebesar Rp13.888,98 triliun, tumbuh 7,83% secara tahunan pada semester I 2025—lebih tinggi dari pertumbuhan bank konvensional yang hanya 6,29% (OJK, 2025). Meski demikian, pangsa pasar yang masih di bawah 8% menegaskan bank syariah tetap perlu terus berinovasi agar mampu bersaing dengan bank konvensional yang jauh lebih besar skala usahanya (Budyono et al., 2021).

Ancaman yang muncul dari perusahaan rintisan keuangan atau fintech ini disebabkan beberapa hal. Pertama, pertumbuhan *fintech e-wallet* atau *e payment* yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Seperti *Gopay*, *Shopeepay*, dan *Ovo* yang menjadi pembayaran elektronik yang paling digemari di Indonesia (Kompas.tv, 2021). Hal tersebut menjadi ancaman karena transaksi pembayaran elektronik yang terus meningkat. Pada tahun 2015 transaksi uang elektronik di Indonesia mencapai Rp 5 triliun kemudian mengalami peningkatan 40 kali pada tahun 2020 menjadi Rp 204 triliun dengan volume 4,6 miliar transaksi (Bi.go.id, 2021). Kedua, hadirnya inovasi pinjaman/pembiayaan yang diluncurkan oleh berbagai fintech. Dengan inovasi berupa proses yang cepat dan mudah akan menarik banyak orang untuk mencobanya. Terdapat 125 fintech lending yang terdaftar secara legal di Otoritas Jasa Keuangan sejak 2017 hingga 2021 (Ojk.go.id, 2021a). Hal ini sangat berpengaruh karena pendapatan utama bank berasal dari penyaluran utang/pembiayaan. Bank syariah memiliki tujuan bahwa kehadirannya untuk menjalankan maqashid syari'ah dalam kehidupan manusia dan bukan semata-mata hanya untuk mencari keuntungan duniawi. Maqashid syari'ah memiliki 5 aspek yaitu ; menjaga agama, menjaga jiwa, menjaga akal, menjaga keturunan, dan menjaga harta (Febriadi, 2017). Sedangkan secara operasional bank syariah menggunakan

skema akad pada setiap produknya. Hal tersebut untuk menghindari transaksi bunga yang mengandung riba. Perbedaan yang dimiliki oleh bank syariah berdampak pada daya saing bank syariah di masyarakat (Iin Emy and Anik, 2020). Sistem bank syariah yang baru muncul pada tahun 90-an memerlukan proses pengenalan terlebih dahulu sebelum bisa menarik nasabah. Selain itu perdebatan akan sistem bank syariah yang belum ideal membuat pengembangan bank syariah terhambat. Hal tersebut diperparah dengan skala ekonomi bank konvensional yang jauh di atas bank syariah.

Sehingga bank syariah yang sudah muncul dan berkembang selama hampir 30 tahun belum bisa bersaing secara setara dengan bank konvensional. Terbukti pada laporan statistik OJK yang menunjukkan bahwa aset berdasarkan kegiatan usaha bank umum konvensional buku 3 sebesar Rp 2.456 triliun sedangkan bank umum syariah buku 3 hanya Rp 254 triliun (Ojk.go.id, 2021b). Hal tersebut menggambarkan daya saing bank syariah yang terlampau jauh dengan bank konvensional. Oleh karena itu dibutuhkan banyak inovasi dalam proses perkembangan bank syariah kedepannya agar mampu bersaing secara kompetitif melawan bank konvensional (Budiyono et al, 2021).

Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah merupakan salah satu inovasi yang berpotensi meningkatkan daya saing bank syariah di Indonesia. Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah yang melakukan pelayanan secara *online* (Indra Lila, 2021) dan tanpa cabang menjadi salah satu alasannya. Karena aksesibilitas Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah bisa menjangkau seluruh wilayah di Indonesia tanpa harus membuka cabang. Hal ini sangat penting mengingat akses pembukaan rekening serta pelayanan nasabah merupakan fundamental atau hal dasar dari operasional sebuah lembaga keuangan.

Meskipun layanan digital *mobile banking* bank syariah terus mengalami perkembangan, peningkatan jumlah pengguna belum sepenuhnya mencerminkan tingginya minat masyarakat untuk memanfaatkan layanan tersebut. Pangsa pasar perbankan syariah yang

masih relatif kecil dibandingkan perbankan konvensional menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan dalam meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap layanan digital bank syariah. Selain itu, sebagian masyarakat masih memiliki keraguan terhadap keamanan transaksi, belum memahami fitur dan kemudahan penggunaan aplikasi, serta belum memperoleh dorongan yang cukup dari lingkungan sosial untuk beralih menggunakan layanan mobile banking bank syariah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi dan inovasi layanan belum tentu diikuti dengan meningkatnya minat masyarakat dalam menggunakan layanan online bank syariah.

Minat menggunakan layanan online bank syariah merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang untuk menggunakan layanan perbankan digital dalam memenuhi kebutuhan transaksi keuangan sesuai dengan prinsip syariah. Minat menjadi salah satu faktor penting karena merupakan tahap awal sebelum seseorang memutuskan untuk menggunakan suatu teknologi. Semakin tinggi minat yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut mengadopsi dan menggunakan layanan mobile banking bank syariah secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan online bank syariah sehingga strategi pengembangan layanan digital dapat disusun secara lebih efektif.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu, terdapat beberapa faktor yang diduga memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan layanan online bank syariah. Dalam penelitian ini, faktor yang dikaji meliputi faktor sosial, keamanan, dan kemudahan. Ketiga faktor tersebut dipilih karena memiliki keterkaitan erat dengan proses penerimaan teknologi serta masih menunjukkan hasil penelitian yang beragam. Oleh sebab itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh faktor sosial, keamanan, dan kemudahan terhadap minat masyarakat dalam menggunakan layanan online bank syariah di Indonesia.

Jika layanan digital *mobile banking* Bank Syariah bisa menarik banyak nasabah dari kaum muda tentunya akan sangat berdampak terhadap daya saing bank syariah. Mengingat kaum muda saat ini mendominasi piramida penduduk di Indonesia dimana penduduk generasi Y (milenial) dan Z masing-masing 25,87% dan 27,94% dari jumlah 270,20 juta jiwa penduduk Indonesia saat ini (BPS, 2021).

Variabel pengaruh sosial pada pengguna *mobile banking* menunjukkan bagaimana keluarga dan teman sangat mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan seseorang. Interaksi yang berkesinambungan pada keluarga dan teman menjadi kelompok referensi yang paling kuat mempengaruhi seseorang dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian.

Orang yang terpengaruh oleh kelompok referensi memiliki kecenderungan ingin melakukan hal yang dilakukan oleh orang lain atau mengikuti saran dari orang lain. Sehingga orang tersebut lebih mudah untuk menerima sebuah inovasi atau gagasan baru dikarenakan sudah terbiasa mengadaptasi perilaku dan gaya hidup baru yang ada pada lingkungan sosial. Termasuk ketika hadirnya layanan digital *mobile banking* Bank Syariah yang merupakan sebuah inovasi baru dalam industri keuangan. Oleh sebab itu pada penelitian ini variabel pengaruh sosial pengguna *mobile banking* mampu untuk mempengaruhi secara signifikan pada variabel minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Sejalan dengan konsep tersebut, Miswaty et al. (2022) melalui penelitian kuantitatif dengan analisis PLS-SEM menemukan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada pelaku UMKM. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dukungan dari lingkungan sosial, seperti rekan kerja dan organisasi, dapat meningkatkan minat individu dalam menggunakan sistem informasi akuntansi. Selain itu, Khairani et al. (2021) meneliti pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat

menggunakan produk bank syariah, yang dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,160, t hitung sebesar 4,302 ( $> 1,971$ ), dan nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, kerabat, dan kelompok acuan, maka semakin tinggi pula minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah (Khairani et al., 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Aviva Devi (2022), menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah secara parsial, sedangkan faktor pribadi berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan faktor sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah.

Keamanan (security) adalah keyakinan pengguna bahwa suatu sistem mampu melindungi data pribadi dan transaksi dari risiko penyalahgunaan. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang bervariasi, meskipun sebagian besar studi mengonfirmasi pengaruh positif keamanan terhadap minat. Penelitian oleh Utami, Bawono, dan Sasongko (2023) pada pelaku UMKM pengguna fintech membuktikan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Temuan serupa juga ditemukan oleh Rosani, Purwana, dan Aditya (2025) pada pengguna e-wallet OVO, dengan nilai t hitung 8,430 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, semakin tinggi rasa aman yang dirasakan, semakin besar pula minat pengguna terhadap layanan tersebut. Selain itu, hasil penelitian oleh Amanda dan Ibadillah (2022) menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, yang dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 3,693 ( $> 1,660$ ), nilai signifikansi 0,00 ( $< 0,10$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,431. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial dalam menggunakan layanan mobile banking pada bank syariah. Kemudian, penelitian oleh Rosyadah, A. (2023) menunjukkan bahwa faktor keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam

menggunakan layanan perbankan syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan layanan digital banking yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z untuk menggunakan layanan perbankan syariah.

Persepsi kemudahan penggunaan dijelaskan sebagai variabel yang menggambarkan seberapa mudah atau bebas dari usaha ketika menggunakan teknologi atau sistem. Pengalaman merasakan kemudahan penggunaan *mobile banking* diharapkan memiliki hubungan dengan variabel minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Setiadi (2013) menjelaskan bahwa perilaku manusia disebabkan oleh insting atau perilaku bawaan manusia yang akan mengalami perubahan ketika mendapatkan pengalaman (Setiadi, 2013). Hal tersebut menjadi acuan bahwa ketika seseorang memiliki pengalaman merasakan kemudahan *mobile banking* akan mempengaruhi minat terhadap Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Namun, pengalaman merasakan kemudahan penggunaan ternyata tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah.

Salah satunya disebabkan karena bentuk Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah yang tidak memiliki pelayanan fisik atau cabang lebih menjadi perhatian. Hal tersebut karena berkaitan dengan keamanan data dan transaksi pengguna, sehingga penilaian orang berpaku pada hal tersebut dibandingkan dengan kemudahan penggunaan yang dirasakan. Pada penelitian *mobile banking* sebelumnya dijelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh lebih rendah dibandingkan dengan persepsi keamanan atau kredibilitas (Luarn & Lin, 2005). Hal tersebut dikarenakan keamanan transaksi dan data pribadi menjadi hal utama dalam transaksi secara digital. Davis (1989) mendefinisikan kemudahan (*perceived ease of use*) sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem mudah digunakan dan tidak memerlukan usaha yang besar. Jogyanto (2019) juga menyatakan bahwa kemudahan merupakan persepsi pengguna bahwa sistem mudah dipahami, dipelajari, dan

dioperasikan. Penelitian oleh Khairunnisa dan Damayanti (2023), menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi BSI Mobile digunakan, maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakannya. Selain itu, secara simultan manfaat, kemudahan, keamanan yang dirasakan, dan ketersediaan fitur juga berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Selain itu, penelitian oleh Amanda dan Ibadillah (2022) menunjukkan bahwa faktor kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking, yang dibuktikan dengan nilai  $t$  hitung sebesar 2,896 ( $> 1,660$ ), nilai signifikansi 0,005 ( $< 0,10$ ), dan koefisien regresi sebesar 0,338. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin mudah layanan mobile banking dipahami dan digunakan, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial dalam menggunakan layanan mobile banking pada bank syariah (Amanda & Ibadillah, 2022). Kemudian, penelitian oleh Andini, A. P., dan Indrarini, R. (2024), menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif, namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat menilai mobile banking mudah digunakan, persepsi kemudahan belum mampu meningkatkan minat penggunaan secara signifikan (Andini & Indrarini, 2024).

Ketertarikan masyarakat menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor sosial, yaitu interaksi keluarga, kerabat, dan kelompok acuan yang memengaruhi perilaku dan keputusan individu (Kotler, 2016; Setiadi, 2013), umumnya terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan keuangan digital pada berbagai penelitian terdahulu (Miswaty et al., 2022; Khairani et al., 2021), meskipun sebagian studi menemukan pengaruhnya tidak signifikan secara parsial (Devi, 2022). Keamanan (security), yaitu keyakinan pengguna bahwa suatu sistem mampu melindungi data pribadi

dan transaksi dari risiko penyalahgunaan, secara konsisten terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan layanan digital pada berbagai penelitian (Luarn & Lin, 2005; Amanda & Ibadillah, 2022; Rosyadah, 2023). Adapun kemudahan (*perceived ease of use*), yaitu tingkat keyakinan bahwa suatu sistem mudah digunakan tanpa memerlukan usaha besar (Davis, 1989; Jogiyanto, 2019), menunjukkan hasil yang lebih beragam—sebagian penelitian membuktikan pengaruhnya positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* (Khairunnisa & Damayanti, 2023; Amanda & Ibadillah, 2022), sementara penelitian lain menemukan pengaruhnya positif namun tidak signifikan, karena perhatian pengguna cenderung lebih tertuju pada keamanan data dan transaksi dibandingkan kemudahan yang dirasakan (Andini & Indrarini, 2024).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini mengkaji pengaruh faktor sosial (X1), keamanan (X2), dan kemudahan (X3) terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah (Y), baik secara parsial maupun simultan. Kerangka penelitian ini juga dilandasi perspektif *maqashid syariah*, di mana keamanan dan kemudahan merepresentasikan prinsip *hifzh al-mal* (menjaga harta) dan *taisir* (kemudahan), sedangkan faktor sosial berkaitan dengan masalah *'ammah* (kemaslahatan umum) dalam perluasan ekosistem keuangan syariah. Atas dasar itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah Di Indonesia”**.

## 1.2 Permasalahan

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis menemukan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Kemajuan teknologi yang semakin pesat membuat ketertarikan masyarakat untuk menggunakan layanan digital *mobile banking*

bank syariah, karena dapat memudahkan segala aktivitas yang mendadak.

- 2) Pengaruh dari faktor sosial yang ingin mengetahui kemajuan dari layanan digital *mobile banking* bank syariah yang membuat penulis ingin mencari lebih detail tentang *online* bank syariah.
- 3) Pengaruh dari perorangan atas apa saja yang sudah berkembang dalam layanan bank syariah membuat pengaruh untuk mendapatkan akses untuk mengenal lebih dalam tentang layanan digital *mobile banking* bank syariah tersebut.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

Adapun dalam penelitian ini penulis dapat pastikan pembatasan masalah yang bersifat untuk memastikan penelitian ini hanya berfokus pada pengaruh faktor teknologi, persepsi masyarakat terhadap kemajuan teknologi tentang layanan digital *mobile banking* bank syariah serta minat untuk menggunakannya layanan tersebut.

### **1.2.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang sudah dijabarkan dalam latar belakang maka perumusan yang akan dibahas ialah,

- 1) Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah?
- 2) Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah?
- 3) Apakah kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah?
- 4) Apakah faktor sosial, keamanan, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran uraian diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah
- 2) Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah
- 4) Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial, keamanan, dan kemudahan terhadap minat menggunakan layanan digital bank syariah

### 1.4 Manfaat Penulisan

#### 1) Bagi Penulis

Sebagai bentuk inovasi untuk diri sendiri karena bisa menambah wawasan serta pengetahuan dalam kemajuan teknologi dan persepsi masyarakat untuk menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah tersebut.

#### 2) Bagi Akademik

Penulis berharap dari adanya penelitian ini menjadi bahan pengetahuan serta ilmu tentang kemajuan teknologi yang menjadi referensi tambahan referensi untuk dunia akademik serta menjadi bahan mahasiswa selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Gambaran Penelitian Terdahulu**

Dalam studi literatur ini, peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian ini. Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah :

Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, Evriyenni (2021) dengan judul “ Pengaruh Efisiensi Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh).” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* pada nasabah bank syariah mandiri Ulee Kareng Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran koesioner kepada 100 responden yaitu kepada nasabah bank syariah mandiri Ulee Kareng Banda Aceh, metode analisis regresi berganda menggunakan bantuan software IBM SPSS Versi 26. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa variabel efisiensi dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, sedangkan variabel keamanan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel efisiensi, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

M. Rifqi Bakhtiar, Erawati Kartika, Ika Listyawati (2020) dengan judul “ Faktor Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Bank Syariah Mandiri. ” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memperoleh bukti faktor-faktor yang memengaruhi minat menggunakan *internet banking*. Objek penelitian ini adalah nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) yang menggunakan *internet banking*. Data penelitian berupa data

primer dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, kemudahan penggunaan, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi BSM (Bank Syariah Mandiri) dalam merumuskan strategi pemasarannya guna mempertahankan *internet banking* yang kompetitif dan mengembangkan sistem dari *internet banking* kedepannya sehingga nasabah BSM (Bank Syariah Mandiri) dapat terus menggunakan *internet banking*.

Cupian, Ugi Valentino, Sarah Annisa Noven (2022) dengan judul “ Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah Pada Generasi Z “ Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah sangat berguna untuk membangun layanan digital *mobile banking* Bank Syariah yang ideal. Sehingga diharapkan terjadi peningkatan daya saing bank syariah dan berhasil beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. Penelitian ini menggunakan 100 sampel dengan objek penelitian generasi Z yang berada di Kota Bogor. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan analisis *SEM-PLS* yang merupakan analisis multivariat. Hasil pada penelitian ini terdapat pengaruh signifikansi pada variabel persepsi kredibilitas dan pengaruh sosial sedangkan variabel persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan tidak memiliki signifikansi terhadap variabel minat menggunakan.

Edy Junaedi, Neneng (2023) dengan judul “ Pengaruh Persepsi Manfaat Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan layanan digital *mobile banking* Pada PT Bank Syariah Indonesia “ Penelitian ini bertujuan untuk melakukan investigasi pengaruh Manfaat, keamanan dan kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.

Pertumbuhan transaksi pada BSI *mobile* mengalami peningkatan yang sangat pesat pada masa pandemi covid-19 sejak maret 2020 hingga sampai bulan juli 2021 jumlah pengguna *mobile banking* 2,5 juta pengguna dengan pertumbuhan transaksi BSI *mobile* sebesar 46,4 juta transaksi atau naik hingga 97,4%. Peningkatan transaksi BSI *mobile* ini didorong karena hadirnya kebiasaan baru dari masyarakat indonesia saat masa pandemi covid-19 dan aktivitas transaksi keuangan nasabah dalam berbelanja di *e-commerce*. Metode penelitian dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian dan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22 Variablel manfaat memiliki nilai coefficients sebesar 0.76, berpengaruh positif terhadap minat dengan nilai signifikan 0,02.

Ahmad Yudin (2021) dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia KC Palangkaraya” Tujuan penelitian ini adalah: 1) Bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 2) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 3) Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya ? 4) Bagaimana pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Di BSI KC 3 Palangka Raya? Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi penelitian ini berjumlah 40 nasabah. Dalam penelitian ini menggunakan sampel jenuh, yaitu dengan mengambil seluruh populasi sebagai sampel yaitu sebanyak 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Nur Kholidah, Muhammad Arifiyanto, Edy Subowo, Zulfikar Bagus Pambuko (2023) dengan judul “ *Factors Influencing The Interest In Using Sharia Digital Banking Applications In Indonesia*” Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi factor factor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Di dalam hal ini

penulis menguji pengaruh faktor antarmuka pengguna, literasi digital, factor sosial, citra merek dan literasi keuangan syariah terhadap minat generasimilenial dalam menggunakan aplikasi layanan digital *mobile banking* Bank Syariah di Indonesia. Penelitian ini menggunakan 100 sampel yang merupakan generasi mileniadi Kota Pekalongan. Analisis data menggunakan teknik *Partial Least* Persegi. Hasilnya menunjukkan bahwa literasi digital, faktor sosial, dan Citra merek mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan aplikasi layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Sementara itu,bervariasi Antarmuka pengguna dan literasi keuangan syariah berpengaruh negative F signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan aplikasi layanan digital *mobile banking* Bank Syariah.

Siti Sarifah, Darwanto (2024) dengan judul “ *Factors Influencing Sharia Digital Banking Utilization by Millennial Generation in Indonesia*” Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi pemanfaatan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah dengan menggunakan pendekatan *Technology Acceptance Model (TAM)* yang telah dimodifikasi. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan secara *online*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 125 responden dari generasi milenial yang menggunakan Bank Jago Syariah dan Bank Aladin Syariah. Dalam penelitian ini, data dianalisis dengan menggunakan analisis structural equation model dengan alat analisis *SmartPLS* 3.2.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived ease of use*, *self-efficacy*, dan consumer innovativeness berpengaruh positif signifikan terhadap penggunaan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Namun, beberapa variabel tidak berpengaruh signifikan, yaitu *perceived usefulness* dan *subjective norms*.

Juliana Nasution, Saparuddin Siregar, Sugianto, (2022) dengan judul “ *The digitalisation of Sharia Banking: The Influence of Self-Service Technology on the Satisfaction of Millennial Customers in Medan City* “ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi kualitas *mobile banking*

mempengaruhi kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan oleh menyebar kuesioner kepada generasi milenial di kota Medan yang minim sarjana ekonomi islam, dengan sampel sebanyak 40 orang data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan regresi linear berganda hasil analisis data menunjukkan bahwa SST berkualitas secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi keamanan di ponsel perbankan secara parsial mempengaruhi kepuasan nasabah perbankan syariah milenial. Dimensi lain yaitu kenikmatan, desain, sosialitas dan kepraktisan secara parsial tidak berpengaruh. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan dapat dijelaskan dengan variabel dengan penelitian (69,8%). Berdasarkan hasil tersebut harus meningkatkan kinerja *mobile banking*. Perbankan digitalisasi harus memperhatikan dimensi kualitas, bukan hanya sekedar mengubah layanan menjadi sebuah bentuk digital.

Muhammad Iqbal, Asyari Hasan, Iva Laili (2022) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan)” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan secara parsial maupun simultan terhadap variabel terikat yaitu minat nasabah menggunakan *internet banking* pada bank BNI Syariah kota Tangerang Selatan. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen untuk mengambil sampel sebanyak 100 responden, dengan menggunakan metode *non-probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* (nilai signifikansi sebesar  $0,021 < 0,05$ ), variabel manfaat berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* (nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ ), variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* (nilai signifikansi sebesar  $0,043 < 0,05$ ), variabel fitur layanan berpengaruh

secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking* (nilai signifikansi sebesar  $0,010 < 0,05$ ). Kemudian secara simultan diketahui bahwa seluruh variabel bebas (teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan) dalam penelitian ini memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat menggunakan) dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Implikasi yang dapat diterapkan dari penelitian ini adalah edukasi kepada seluruh nasabah tentang fasilitas *internet banking*, hingga penambahan fitur *internet banking* guna memudahkan transaksi nasabah.

Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, Yono (2023) dengan judul “Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI KCP Jalan Baru).” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui otoritas keamanan, kenyamanan dan kepercayaan nasabah dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Metode analisis data ini menggunakan regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, mengolah dan membahas data yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan dan Kepentingan Transaksi, ada pengaruh yang signifikan antara Kenyamanan dan Kepentingan Transaksi, dan ada pengaruh antara Kepercayaan dan Kepentingan Transaksi. Berdasarkan hasil analisis simultan menunjukkan bahwa *Security, Ease, Trust* secara parsial berpengaruh terhadap Minat bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*.

Devi Ratnaningrum, (2022) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia.” Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Yogyakarta. Variabel yang digunakan adalah manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, keamanan, dan minat ulang. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan

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

Muhammad Candy Awang Batubara, Tuti Anggaraini (2022) dengan judul “ Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah”. Studi kuantitatif ini bertujuan untuk menganalisis tentang pengaruh layanan digital terhadap minat generasi Z di kota Medan dalam menggunakan produk perbankan syariah. Penelitian ini melibatkan 120 generasi Z yang tinggal di kota Medan serta menggunakan layanan perbankan syariah yang diposisikan sebagai responden penelitian. Data primer yang digunakan dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner, kemudian data yang sudah terkumpul dilakukan pengujian instrument data dan uji asumsi klasik serta diolah menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagai alat bantu analisis. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa secara simultan layanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. Sementara secara parsial, kemudahan penggunaan, kenyamanan, risiko yang dirasakan, merek/ kepercayaan dan inovasi layanan perbankan digital tidak berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan perbankan syariah. Sedangkan kegunaan yang dirasakan berpengaruh terhadap minat generasi Z dalam menggunakan perbankan syariah. Menindaklanjuti temuan pada penelitian ini, maka perbankan syariah

perlu segera berbenah untuk melakukan transformasi ke layanan digital serta berfokus dalam melakukan inovasi pada layanan digital agar mampu bersaing dengan perusahaan keuangan lainnya.

Nailal Maghfiro (2024) dengan judul “ Pengaruh Keamanan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Layanan Digital Perbankan Syariah.” Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji variabel-variabel yang mempengaruhi minat menggunakan layanan *digital banking* syariah dan pengaruhnya terhadap Generasi Z di Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis dengan intepretasi yang sudah ada. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z di Kota Malang sejumlah 120 responden. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling. Data dianalisis dan diuji menggunakan aplikasi SPSS 24. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan, kenyamanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *digital banking* syariah pada generasi Z di Kota Malang.

Sherly Rakhmawati, Ishariyadi (2013) dengan judul “ Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem *Internet Banking* Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun.” Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris pengaruh kepercayaan, persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan sistem *internet banking* pada nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berupa kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis linier berganda dan uji hipotesis diolah dengan SPSS versi 16.0. Hasil analisis data menunjukkan bahwa: kepercayaan dan persepsi kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*, sedangkan persepsi

kegunaan dan persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan sistem *internet banking*.

Fika Khairu Rahmah, Sri Hartiyah, M.Trihudyatmanto (2022) dengan judul “ Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking*. “ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi risiko, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Wonosobo menggunakan *internet banking*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Wonosobo yang didapat melalui teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dikembangkan oleh Sugiyono (2014). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*, sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Implikasi - Penelitian ini hanya terbatas pada nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang berada di Kabupaten Wonosobo, sehingga penelitian selanjutnya disarankan menggunakan sampel penelitian yang lebih luas, serta menambah variabel penelitian yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking*.

Miswaty, Nurhalisa, Satriawaty Migang (2022) dengan judul "Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Faktor Sosial terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi pada Pelaku UMKM Kota Balikpapan." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada pelaku UMKM di Kota Balikpapan. Sampel penelitian berjumlah 100 pelaku UMKM yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda,

sedangkan pengujian hipotesis dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistics*

25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, dan faktor sosial secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada pelaku UMKM Kota Balikpapan.

Utami, S. B., Bawono, A. D. B., & Sasongko, N. (2023) dengan judul “Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan Payment Fintech UMKM di Watukelir.” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari aspek privasi, keamanan, kerahasiaan, dan transparansi terhadap minat penggunaan *fintech pembayaran* oleh para pelaku UMKM di Watukelir, baik secara individu (parsial) maupun secara bersama-sama (kolektif). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek privasi, keamanan, kecerahan, dan transparansi terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM di Watukelir dalam menggunakan *fintech* pembayaran, baik ketika diuji secara mandiri (masing-masing variabel) maupun saat diuji secara bersama-sama.

Rosani, C. R., Purwana, D., & Aditya, S. (2025), dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO (Studi pada Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta).” Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi keamanan terhadap keputusan mahasiswa aktif Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dalam menggunakan *e-wallet* OVO. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi kemudahan maupun persepsi keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna. Hal ini berarti semakin praktis dan aman aplikasi OVO dirasakan oleh pelajar, semakin tinggi pula keputusan mereka untuk menggunakannya. Selain itu, secara simultan (bersama-sama), kedua faktor tersebut terbukti memberikan kontribusi besar dan signifikan dalam mendorong keputusan mahasiswa UNJ untuk memilih OVO sebagai media pembayaran digital mereka.

Khairani, R. Z., Sari, N., dan Nanda, T. S. F. (2021), dengan judul “Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh.” Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh religiositas dan faktor sosial terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan analisis regresi linier berganda yang meliputi uji asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, kerabat, dan kelompok acuan, maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Selain itu, secara simultan religiositas dan faktor sosial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah di Kota Banda Aceh.

Amanda, N., dan Ibadillah, M. N. (2022), dengan judul “Pengaruh Faktor Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Generasi Millennial dalam Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank Syariah.” Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh faktor keamanan dan kemudahan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan mobile banking pada bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang didukung dengan uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kemudahan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Keamanan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,431, t hitung 3,693, sedangkan kemudahan memperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,486, t hitung 3,666, dengan nilai signifikansi 0,000. Selain itu, secara simultan kedua variabel juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking pada bank syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan dan

semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial dalam menggunakan *mobile banking*.

Rosyadah, A. (2023), dengan judul “Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan Digital Banking terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).” Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan digital banking terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik probability sampling terhadap 334 mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kenyamanan layanan *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Secara parsial, variabel keamanan memiliki pengaruh positif yang lebih besar dibandingkan kenyamanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,401, nilai t sebesar 11,064, dan signifikansi 0,000, sedangkan kenyamanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,263, nilai t sebesar 5,597, dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua variabel juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan dan kenyamanan layanan digital banking yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah.

Andini, A. P., dan Indrarini, R. (2024), dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo.” Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, religiusitas, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan mobile banking pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Bank Syariah pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Sementara itu, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat menganggap mobile banking mudah digunakan, persepsi kemudahan belum menjadi faktor utama yang mendorong minat penggunaan. Sebaliknya, tingkat religiusitas dan kepercayaan terhadap keamanan serta keandalan layanan memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan mobile banking Bank Syariah.

Khairunnisa dan Damayanti (2023), dengan judul “Pengaruh Aplikasi BSI Mobile terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia dengan Technology Acceptance Model (Studi Kasus pada KCP X).” Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh manfaat, kemudahan, keamanan yang dirasakan, dan ketersediaan fitur terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, sedangkan manfaat dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Secara simultan, manfaat, kemudahan, keamanan yang dirasakan, dan ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan dan semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Devi, A. (2022) dengan judul “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Minat Bertransaksi pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Manunggang Jae Kecamatan Padangsidempuan Tenggara)”

bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor sosial, pribadi, dan psikologi terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik incidental sampling terhadap 96 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda, yang didahului dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah secara parsial, sedangkan faktor pribadi berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan faktor sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah.

Rabbani, A., Bahrudin, M., & Saefurrohman, G. U. (2026) dengan judul “Pengaruh Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Pelaku UMKM di Bandar Lampung” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet baik secara parsial maupun simultan. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* terhadap 100 responden, dianalisis menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet.

Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). “Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan *Fintech*.” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan *Fintech* dengan menggunakan teori *Technology Accptence Model* (TAM) dan *Theory Planned Behavior* (TPB) sebagai acuan teoritis penelitian. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *probability sampling* terhadap 140 responden, dan dianalisis

menggunakan SmartPLS 3.2.9. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *fintech*.

**Tabel 2. 1**  
**Gambaran Penelitian Terdahulu**

| No. | Peneliti                                                 | Judul                                                                                                                                                                     | Variabel X & Y                                                                                                          | Perbedaan dengan Penelitian yang Diteliti                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.  | Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, Evriyenni (2021) | Pengaruh Efisiensi Keamanan dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh) | Pengaruh Efisiensi (X1) Keamanan (X2) Kenyamanan (X3) Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y1) | Maka di peroleh nilai F hitung sebesar 59,781 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000. Karena nilai F hitung (59,781) lebih besar dari F tabel (2,70). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel efisiensi, keamanan, dan kemudahan memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> . hasil perhitungan uji $R^2$ dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,651. Hal ini menunjukkan artinya 65,1% variabel independen (efisiensi, keamanan dan kemudahan) dapat mempengaruhi variabel dependen (minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> ), sedangkan sisanya yaitu sebesar 34.9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. |

|    |                                                           |                                                                                                                               |                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. | M. Rifqi Bakhtiar, Erawati Kartika, Ika Listyawati (2020) | Faktor Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna <i>Internet Banking</i> Bank Syariah Mandiri                                    | Kepercayaan (X1) Keamanan (X2) Kemudahan (X3) Minat Menggunakan (Y1)                     | Hasil pengujian terlihat bahwa kepercayaan, keamanan, kemudahan, fitur layanan yang semuanya adalah variabel independen, mempunyai signifikansi F hitung sebesar 36,578 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang mana lebih kecil dari batas maksimal tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen memberikan pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan sebagai variabel dependen.                                                                                                                                         |
| 3. | Cupian, Ugi Valentino, Sarah Annisa Noven (2022)          | Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Layanan Digital <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Pada Generasi Z | Pengaruh Persepsi (X1) Kemudahan Penggunaan (X2) Kebermanfaatan (X3) Terhadap Minat (Y1) | Layanan digital <i>mobile banking</i> Bank Syariah diharuskan untuk memberikan fokus dan alokasi dana lebih terhadap IT terutama pada <i>cyber security</i> , <i>server</i> , dan <i>database</i> . Hal tersebut dikarenakan operasional Layanan digital <i>mobile banking</i> Bank Syariah yang sangat bergantung pada saluran elektronik yang rentan terhadap berbagai risiko yang muncul. Dengan memberikan fokus dan alokasi dana lebih terhadap <i>cyber security</i> , <i>server</i> , dan <i>database</i> akan membuat keamanan pelayanan dengan kondisi terbaik dan terbaru sehingga terciptanya keamanan data dan |

|    |                                                                              |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                                              |                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                       | transaksi nasabah                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| 4. | Edy Junaedi, Neneng (2023)                                                   | Pengaruh Persepsi Manfaat Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> Pada PT Bank Syariah                  | Persepsi Manfaat (X1)<br>Persepsi Keamanan (X2)<br>Persepsi Kemudahan (X3)<br>Minat (Y1)                                                                                                                              | Hasil pengolahan data menggunakan spss 22 menunjukkan bahwa variabel. Manfaat memiliki nilai coefficients yaitu sebesar 0.76, variable manfaat berpengaruh secara Positif terhadap variabel dependen minat dengan signifikan sebesar ,027.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 5. | Ahmad Yudin (2021)                                                           | Pengaruh Kepercayaan, Manfaat, <i>Mobile Banking</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> di Bank Syariah Indonesia KC Palangkaraya | Manfaat (X1)<br>Kemudahan (X2)<br>Kepercayaan (X3)<br>Minat (Y1)                                                                                                                                                      | Variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> berdasarkan pengujian perbandingan nilai Fhitung sebesar 24,119 dan nilai signifika sebesar 0,000 dengan demikian H4 diterima.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 6. | Nur Kholidah, Muhammad Arifiyanto, Edy Subowo, Zulfikar Bagus Pambuko (2023) | <i>Factors Influencing The Interest In Using Sharia Digital Banking Applications In Indonesia</i>                                                       | <i>User Interface</i> (X1)<br><i>Digital Literacy</i> (X2)<br><i>Social Factors</i> (X3)<br><i>Brand Image</i> (X4)<br><i>Islamic Financial Literacy</i> (X5)<br><i>Interest In Using Sharia Digital Banking</i> (Y1) | Berdasarkan tujuan dan analisis data, terlihat bahwa literasi digital, faktor sosial, dan citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap minat generasi Z dalam menggunakan aplikasi perbankan digital syariah. Sebaliknya <i>user interface</i> dan literasi keuangan syariah tidak menunjukkan dampak positif terhadap minat generasi milenial. Selain itu, model penelitian ini juga menunjukkan kekuatan yang cukup besar, ditunjukkan dengan koefisien determinasi yang menjelaskan 81% variasi |

|    |                                                        |                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                                                        |                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                               | minat generasi milenial dalam memanfaatkan perbankan digital syariah.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 7. | Siti Sarifah, Darwanto (2024)                          | <i>Factors Influencing Sharia Digital Banking Utilization by Millennial Generation in Indonesia</i>                                             | <i>Perceived Ease of Use (X1)<br/>Perceived Usefulness (X2)<br/>Subjective Norms (X3)<br/>Self-Efficacy (X4)<br/>Consumer Innovativeness (X5)<br/>Sharia Digital Banking Utilization (Y1)</i> | Berdasarkan hasil pengujian, besarnya koefisien jalur Persepsi Kemudahan Penggunaan untuk Syariah Utilisasi Perbankan Digital sebesar 0,209 disertai dengan nilai t-statistik sebesar $1,961 > 1,648$ dan nilai p-value sebesar $0,025 < 0,050$ . Temuan ini menekankan hal positif dan pengaruh signifikan <i>Perceived Ease of Use</i> terhadap Pemanfaatan Perbankan Digital Syariah. Penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya oleh Lee et al. (2021), yang menunjukkan bahwa <i>Perceived Ease of Use</i> mempunyai pengaruh yang signifikan hubungan dengan niat konsumen terhadap seluler perbankan di Malaysia. |
| 8. | Juliana Nasution, Saparuddin Siregar, Sugianto, (2022) | <i>The digitalisation of Sharia Banking: The Influence of Self-Service Technology on the Satisfaction of Millennial Customers in Medan City</i> | <i>Enjoyment (X1)<br/>Design (X2)<br/>Security (X3)<br/>Sociality (X4)<br/>Practicality (X5)<br/>Millennial Customers (Y1)</i>                                                                | Penelitian ini menilai dampak dari dimensi kualitas layanan <i>mobile banking</i> yaitu keamanan/privasi, kepraktisan, desain/estetika, sosialitas, dan kenikmatan, pada pelanggan milenial kepuasan dalam perbankan syariah, sehingga berkontribusi pada teori pemasaran perbankan syariah generasi milenial. Temuan ini memberikan langkah-langkah tambahan                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|     |                                                 |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                 |                                                                                                                                                                                                  |                                                                                               | untuk memahami cara terlibat dan melayani pelanggan di platform seluler dan bagaimana menggunakan platform seluler untuk meningkatkan kualitas perbankan jasa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9.  | Muhammad Iqbal, Asyari Hasan, Iva Laili (2022)  | Pengaruh Teknologi Informasi, Manfaat, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan) | Teknologi Informasi (X1)<br>Manfaat (X2)<br>Keamanan (X3)<br>Fitur Layanan (X4)<br>Minat (Y1) | Berdasarkan hasil uji regresi secara simultan (uji F) diketahui bahwa variabel teknologi informasi, manfaat, keamanan, dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> Bank BNI Syariah Kota Tangerang Selatan. Variabel manfaat dan fitur layanan merupakan variabel yang paling mempengaruhi minat menggunakan <i>internet banking</i> bank BNI Syariah dibuktikan dengan mempunyai nilai $\beta$ tertinggi yaitu dengan 0,209 dan masing- masing nilai signifikansi 0,001 dan 0,010. |
| 10. | Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, Yono (2023) | Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i> (BSI KCP Jalan Baru)                           | Keamanan (X1)<br>Kemudahan (X2)<br>Kepercayaan (X3)<br>Minat Bertransaksi (Y1)                | Hasil analisis menunjukkan nilai korelasi (R) sebesar 0,717 yang berarti variabel bebas memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi sebesar 0,690, sehingga dapat diartikan bahwa pengaruh variabel bebas berupa keamanan, kemudahan dan kepercayaan terhadap variabel terikat (minat                                                                                                                                                                                                                                     |

|     |                                                       |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|-------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                       |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                           | bertransaksi) sebesar 69% sedangkan sisanya 31% sisanya dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 11. | Devi Ratnaningrum, (2022)                             | Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia | Manfaat (X1)<br>Kesesuaian (X2)<br>Keuntungan (X3)<br>Risiko (X4)<br>Kepercayaan (X5)<br>Kemudahan (X6)<br>Keamanan (X7)<br>Minat Ulang Menggunakan (Y1)  | Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan, diperoleh nilai <i>t- statistic</i> sebesar 2.123 yang berarti H1 didukung dan nilai original sampel sebesar 0.131 yang bersifat positif, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan nasabah maka semakin besar juga minat untuk menggunakannya. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kurniaputra & Nurhadi (2018) dan Laksmi (2016) yang mengungkapkan bahwa manfaat berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan <i>mobile banking</i> . |
| 12. | Muhammad Candy Awang Batubara, Tuti Anggaraini (2022) | Analisis Pengaruh Layanan Digital Terhadap Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah                                                                       | Kemudahan Penggunaan (X1)<br>Kenyamanan (X2)<br>Kegunaan yang Dirasakan (X3)<br>Risiko (X4)<br>Kepercayaan (X5)<br>Inovasi Layanan Perbankan Digital (Y1) | Dalam analisis ini, variabel bebas yang terdiri dari kemudahan penggunaan, kenyamanan, kegunaan yang dirasakan, risiko yang dirasakan, merek/kepercayaan, inovasi layanan digital perbankan secara Bersama-sama memiliki pengaruh                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|     |                                      |                                                                                                                       |                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                      |                                                                                                                       |                                                                                               | signifikan pada minat generasi Z untuk memakai produk bank syariah yang ditampilkan dari nilai sig f yang memiliki nilai lebih besar dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Pada uji regresi didapatkan bahwa saat perbankan syariah tak menerapkan pelayanan digital, maka minat gen Z dalam menggunakan produk perbankan syariah berpotensi turun ataupun berkurang.                                                                                                                                                                                                                          |
| 13. | Nailal Maghfiro (2024)               | Pengaruh Keamanan, Kenyamanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Generasi Z Menggunakan Layanan Digital Perbankan Syariah | Pengaruh Keamanan (X1) Pengaruh Kenyamanan (X2) Pengaruh Kepercayaan (X3) Terhadap Minat (Y1) | Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2022 menunjukkan bahwa jumlah populasi generasi yang paling dominan merupakan Generasi Z yang mana mereka lahir ditengah perkembangan teknologi yang semakin cepat. Mereka menghabiskan waktu lebih banyak dengan smartphone untuk mencari informasi dan komunikasi maupun untuk aktivitas lain seperti aktivitas keuangan. Dengan situasi kondisi tersebut bank syariah perlu melakukan penyempurnaan aplikasi seperti <i>mobile banking</i> , <i>internet banking</i> , <i>sms banking</i> yang dapat memudahkan aktivitas mereka. |
| 14. | Sherly Rakhmawati, Ishariyadi (2013) | Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan                                                      | Kepercayaan (X1) Kegunaan (X2) Kemudahan (X3) Kenyamanan (X4) Terhadap Minat                  | Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> . Apabila kepercayaan nasabah                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|     |                                                            |                                                                                                                                     |                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                            | Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaann Sistem <i>Internet Banking</i> Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun     | Sistem <i>Internet Banking</i> (Y1)                                                                              | terhadap bank ditingkatkan, maka akan diikuti dengan meningkatnya minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> . Dan sebaliknya jika kepercayaan nasabah terhadap bank menurun, maka akan diikuti dengan menurunnya minat penggunaan sistem <i>internet banking</i> .                                                                                                                                       |
| 15. | Fika Khairu Rahmah, Sri Hartiyah, M.Trihudiyatmanto (2022) | Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, Resiko, Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Internet Banking</i> | Persepsi Kemudahan (X1) Manfaat (X2) Risiko (X3) Kepercayaan (X4) Kenyamanan (X5) Terhadap Minat Nasabah (Y1)    | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi manfaat, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> , sedangkan persepsi risiko berpengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> .                                                                                          |
| 16. | Miswaty, Nurhalisa, Satriawaty Migang (2022)               | Pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha dan faktor sosial terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi                | Ekspektasi Kinerja (X1) Ekspektasi Usaha (X2) Faktor Sosial (X3) Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi (Y) | Menggunakan metode kuantitatif dengan analisis PLS-SEM menemukan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi pada pelaku UMKM di Kota Balikpapan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar dukungan sosial yang diperoleh dari lingkungan kerja, rekan kerja, maupun orang-orang di sekitar, maka semakin tinggi minat pelaku UMKM untuk |

|     |                                                       |                                                                                                                                                    |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                       |                                                                                                                                                    |                                                                                                 | menggunakan sistem informasi akuntansi.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 17. | Utami, S. B., Bawono, A. D. B., & Sasongko, N. (2023) | Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan <i>Payment Fintech</i> UMKM di Watukelir.                        | Privasi (X1)<br>Keamanan (X2)<br>Keandalan (X3)<br>Transparansi (X4)<br>Minat (Y)               | Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek privasi, keamanan, kecerahan, dan transparansi terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat pelaku UMKM di Watukelir                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 18. | Rosani, C. R., Purwana, D., & Aditya, S. (2025)       | Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO (Studi pada Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta) | Kemudahan (X1)<br>Keamanan (X2)<br>Keputusan Pengguna (Y)                                       | Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik persepsi kemudahan maupun persepsi keamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna.                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 19. | Khairani, R. Z., Sari, N., dan Nanda, T. S. F. (2021) | Pengaruh Religiositas dan Faktor Sosial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah di Kota Banda Aceh                               | Religiositas (X1)<br>Faktor Sosial (X2)<br>Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah (Y) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan produk bank syariah. Semakin besar pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, kerabat, dan kelompok acuan, maka semakin tinggi minat masyarakat dalam menggunakan produk bank syariah. Selain itu, religiositas dan faktor sosial secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat. |

|     |                                         |                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 20. | Amanda, N., dan Ibadillah, M. N. (2022) | Pengaruh Faktor Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Generasi Millenial dalam Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah                                                                             | Faktor Keamanan (X1)<br>Faktor Kemudahan (X2)<br>Minat Generasi Milenial dalam Menggunakan Mobile Banking pada Bank Syariah (Y) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keamanan dan kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat generasi milenial dalam menggunakan <i>mobile banking</i> pada bank syariah. Semakin tinggi tingkat keamanan dan semakin mudah layanan <i>mobile banking</i> digunakan, maka semakin tinggi pula minat generasi milenial untuk menggunakannya. Selain itu, kedua variabel tersebut secara simultan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>  |
| 21. | Rosyadah, A. (2023)                     | Pengaruh Keamanan dan Kenyamanan Layanan Digital Banking terhadap Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) | Keamanan (X1)<br>Kenyamanan Layanan Digital Banking (X2)<br>Minat Generasi Z dalam Menggunakan Layanan Perbankan Syariah (Y)    | Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kenyamanan layanan digital banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah. Secara parsial, variabel keamanan memiliki pengaruh positif yang lebih besar dibandingkan kenyamanan, dengan koefisien regresi sebesar 0,401, nilai t sebesar 11,064, dan signifikansi 0,000, sedangkan kenyamanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,263, nilai t sebesar 5,597, dan signifikansi 0,000. Secara simultan, kedua |

|     |                                         |                                                                                                                                                   |                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                         |                                                                                                                                                   |                                                                                                                        | variabel juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan dan kenyamanan layanan digital banking yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat Generasi Z dalam menggunakan layanan perbankan syariah                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 22. | Andini, A. P., dan Indrarini, R. (2024) | Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada Masyarakat Kabupaten Sidoarjo | Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1) Religiusitas (X2) Kepercayaan (X3) Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Y) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking Bank Syariah pada masyarakat Kabupaten Sidoarjo. Sementara itu, religiusitas dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun masyarakat menganggap mobile banking mudah digunakan, persepsi kemudahan belum menjadi faktor utama yang mendorong minat penggunaan. Sebaliknya, tingkat religiusitas dan kepercayaan terhadap keamanan serta keandalan layanan memiliki peran yang lebih besar dalam meningkatkan minat masyarakat menggunakan mobile banking Bank Syariah (Andini & Indrarini, 2024). |

|     |                                  |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----|----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 23. | Khairunnisa dan Damayanti (2023) | Pengaruh Aplikasi BSI Mobile terhadap Minat Nasabah pada Bank Syariah Indonesia dengan Technology Acceptance Model (Studi Kasus pada KCP X)                                      | Manfaat ( <i>Perceived Usefulness</i> ) (X1)<br>Kemudahan ( <i>Perceived Ease of Use</i> ) (X2)<br>Keamanan yang Dirasakan ( <i>Perceived Security</i> ) (X3)<br>Ketersediaan Fitur (X4)<br>Minat Nasabah Menggunakan Aplikasi BSI Mobile (Y) | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dan keamanan yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, sedangkan manfaat dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Secara simultan, manfaat, kemudahan, keamanan yang dirasakan, dan ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi digunakan dan semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile. |
| 24. | Aviva Devi (2022)                | Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Minat Bertransaksi pada Perbankan Syariah (Studi Kasus Masyarakat Desa Manunggang Jae Kecamatan Padangsidimpun Tenggara) | Faktor Sosial (X1)<br>Faktor Pribadi (X2)<br>Faktor Psikologi (X3)<br>Minat Bertransaksi pada Perbankan Syariah (Y)                                                                                                                           | Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah secara parsial, sedangkan faktor pribadi berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan faktor sosial, pribadi, dan psikologi berpengaruh terhadap minat bertransaksi pada perbankan syariah.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 25. | Rabbani, A., Bahrudin, M., &     | Pengaruh Persepsi Keamanan                                                                                                                                                       | Keamanan (X1)<br>Sosial (X2)<br>Kemudahan (X3)                                                                                                                                                                                                | Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 176,255 dengan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|     |                                     |                                                                                                                          |                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                     |
|-----|-------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Saefurrohman, G. U. (2026)          | Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Pelaku UMKM di Bandar Lampung.          | Minat Menggunakan (Y)                                                                                                                     | signifikansi $< 0,05$ , yang berarti Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet.                          |
| 26. | Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022) | Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan Fintech. | Literasi Keuangan (X1)<br>Persepsi Manfaat (X2)<br>Persepsi Kemudahan (X3)<br>Pengaruh Sosial (X4)<br>Persepsi Keamanan (X5)<br>Minat (Y) | Hasil Penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial dan persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan fintech. |

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut :

#### 1. Objek Penelitian

Berbeda dengan penelitian sebelumnya penulis melakukan penelitian tentang “Pengaruh Faktor Sosial, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah.”

#### 2. Variabel Penelitian

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu penulis menggunakan variable independent Pengaruh Faktor Sosial Kenyamanan dan Kemudahan.

#### 3. Tahun Penelitian

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu penulis menggunakan variable independent Pengaruh Faktor Sosial Kenyamanan dan Kemudahan.

## 2.2 Telaah Pustaka

### 2.2.1 Landasan Pustaka

#### 2.2.1.1 Maqashid Syariah

Maqashid syariah merupakan nilai-nilai dan sasaran syara yang tersirat dalam segenap dari hukum-hukumnya. Nilai dan sasaran itu dipandang sebagai tujuan dan rahasia syariat, yang ditetapkan oleh al-syari (pembuat syariat) dalam setiap ketentuan. Maka dari itu, maqashid syariah merupakan suatu kandungan yang berisi nilai-nilai yang dijadikan sebagai tujuan akhir untuk menerapkan hukum-hukum syara (Safriadi, 2021).

Dalam konsep maqashid syariah, ada 5 aspek yang harus dijaga oleh manusia yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Keamanan siber dan perlindungan privasi pada mobile banking mencerminkan hifzh al-mal (menjaga harta) dan hifzh al-nafs (menjaga jiwa), karena memitigasi risiko penipuan dan kebocoran data nasabah. Variabel kemudahan merefleksikan prinsip taisir (kemudahan) dan raf'u al-haraj (menghilangkan kesulitan), di mana efisiensi transaksi digital bertindak sebagai fasilitas pelengkap (tahsiniyyat) yang meningkatkan kualitas hidup nasabah. Faktor sosial yang mendorong minat beralih ke perbankan syariah berkaitan dengan masalah 'ammah (kemaslahatan umum), yang berkontribusi pada hifzh al-din melalui perluasan ekosistem keuangan bebas riba. Ketiga variabel (faktor sosial, keamanan, kemudahan) secara integratif merepresentasikan dimensi maqashid syariah yang saling melengkapi dalam konteks adopsi teknologi keuangan Islam (Syakinah, F.,2024).

Dalil terkait kemudahan dijelaskan Allah didalam Q.S. Al-Baqarah [2]: 185 “*Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.*” Melandasi inovasi mobile banking sebagai fasilitas yang direstui agama. dan

*didalam*”. dan Dalil terkait keamanan dijelaskan Allah didalam Q.S. An-Nisa [4]: 29 “*Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil.*” Menegaskan pentingnya sistem keamanan kuat agar tidak ada kebatilan terhadap harta nasabah. Kedua ayat tersebut menguatkan relevansi variabel kemudahan dan keamanan sebagai bagian dari nilai-nilai Islam yang bersifat universal dalam penelitian ini. Pendekatan normatif Al-Qur'an selaras dengan maqashid syariah: teknologi keuangan harus memudahkan, melindungi, dan tidak menimbulkan mudharat bagi penggunaanya (Fajri, P.C., 2022).

#### **2.2.1.2 Pengertian TAM (*Technology Acceptance Model*)**

TAM adalah teori sistem teknologi informasi yang membuat model tentang bagaimana pengguna mau menerima dan menggunakan teknologi. Model ini mengusulkan bahwa ketika pengguna ditawarkan untuk menggunakan suatu sistem yang baru, sejumlah faktor mempengaruhi mereka untuk bagaimana dan kapan menggunakan sistem informasi teknologi tersebut khususnya dalam hal manfaat dan kemudahan. (Nugroho,. 2008)

Aspek – aspek *Technology Acceptance Model (TAM)* memiliki lima dimensi, yaitu kemudahaan penggunaan (*perceived ease of use*), kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap dalam menggunakan (*attitude toward using*), perilaku untuk tetap menggunakan (*behavioral intention to use*), dan kondisi nyata penggunaan sistem (*actual system usage*). (Mukhlisin Riyadi,. 2024)

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menyediakan suatu basis teoritis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan

terhadap suatu teknologi dalam suatu organisasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan (akan manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. (Wijaya,. 2006 ).

*Technology Acceptance Model (TAM)* adalah model yang keluar dari *TRA (Theory of Reason-Action)* yang dikembangkan oleh Davis, yang mengkaji perilaku penerimaan individu yang menerima suatu sistem informasi. Karena perbedaan yang ada, *Technology Acceptance Model (TAM)* paling cocok untuk menjabarkan persepsi individu terhadap penggunaan sistem informasi. Model TAM didasarkan pada keyakinan, sikap, niat, dan hubungan perilaku pengguna dan berdasarkan teori psikologi yang menjelaskan perilaku pengguna dalam konteks teknologi informasi (Chairani & Novita, 2022).

Penelitian serupa yang telah dilakukan pada penelitian-penelitian terdahulu menggunakan metode *Technology Acceptance Model (TAM)* menunjukkan bahwa: 1) Kemudahan pengguna berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan, dan sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap minat perilaku pengguna 2) Persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penerimaan pengguna. ( Fecira & Abdullah, 2020 ).

### **2.2.1.3 Konstruksi TAM (*Technology Acceptance Model*)**

- 1) Kemudahan (*convenience*) yang diberikan oleh industri perbankan dalam layanan *mobile banking* belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pengguna layanan perbankan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor,

misalnya masih banyak nasabah yang belum mengetahui keberadaan layanan *mobile banking*, hal ini terkait dengan kurangnya sosialisasi tentang *mobile banking* itu sendiri, selain itu pemahaman sebagian nasabah yang masih minim didalam penggunaan layanan berbasis digital, sehingga mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* (Lubis, 2021).

- 2) Keamanan (*security*) pada saat yang sama, keamanan didefinisikan sebagai kemampuan untuk mengontrol dan menjaga keamanan transaksi data *online* (Kim et al., 2004).
- 3) Penggunaan (*use*) sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Persepsi seseorang tentang kemudahan dalam menggunakan suatu sistem merupakan tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut akan bebas dari kesalahan dan suatu usaha. (Jogiyanto, 2019).

## **2.2.2 Faktor Sosial**

### **2.2.2.1 Pengertian Faktor Sosial**

Mendefinisikan Faktor sosial sebagai “interaksi formal dan informal pada masyarakat yang relatif tetap yang anggotanya memiliki keinginan dan perilaku yang sama untuk memperoleh tujuan bersama”. Faktor sosial adalah sekelompok orang yang bisa memberi pengaruh perilaku diri dalam membuat suatu tindakan kebiasaan (Kotler, 2016)

Faktor sosial adalah faktor yang meliputi hubungan kekeluargaan, pandangan pekerja, kebebasan berpolitik dan hubungan kemasyarakatan. faktor yang meliputi hubungan kekeluargaan, pandangan pekerja, kebebasan berpolitik dan hubungan kemasyarakatan (Sutrisno, 2009).

Selain itu, faktor sosial juga merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan sekitar, seperti rekan kerja dan pergaulan, yang dapat mendorong seseorang untuk menggunakan suatu teknologi atau sistem informasi. Dalam penelitian ini, faktor sosial terbukti berpengaruh positif terhadap minat penggunaan sistem informasi akuntansi karena dukungan dari lingkungan kerja dan pergaulan meningkatkan keinginan pengguna untuk memanfaatkan sistem tersebut (Miswaty & Migang, 2022).

#### **2.2.2.2 Indikator Faktor Sosial**

(Kotler dan Keller, 2008) Membagi Indikator Faktor Sosial sebagai berikut :

##### **1) Kelompok Acuan**

Semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok acuan mempengaruhi seseorang dalam 3 hal yaitu kelompok acuan membuat seseorang menjalani perilaku dan gaya hidup baru, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang, dan kelompok acuan menuntut orang untuk mengikuti kebiasaan kelompok sehingga dapat memengaruhi pilihan seseorang akan produk dan merek actual.

##### **2) Keluarga**

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para

anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

### 3) Peran dan Status

Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok sepanjang hidupnya. Kedudukan orang tersebut di masing masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.

## 2.2.3 Keamanan

### 2.2.3.1 Pengertian Keamanan

Keamanan merupakan salah satu aspek penting dari sebuah sistem informasi. Pada dasarnya keamanan pada sistem informasi saat ini telah banyak dibangun oleh para kelompok analis dan programmer namun pada akhirnya ditinggalkan oleh para pemakainya karena sistem yang dibangun lebih berorientasi pada pembuatnya sehingga berakibat sistem yang dipakai sulit untuk digunakan atau kurang *user friendly* bagi pemakai sehingga keamanan dari sistem informasi yang dibangun tidak terjamin. Walaupun begitu sistem informasi telah memberikan kesempatan bagi perbankan untuk mengembangkan layanan berbasis *internet* salah satunya ialah uang elektronik. (Hibatiah Hinati,2019).

### 2.2.3.2 Indikator Keamanan

(Raman dan Vishwanatan,2011) Membagi Indikator Keamanan sebagai berikut :

#### 1) Kerahasiaan atau Privasi

Kerahasiaan sebagai hak seseorang untuk dibiarkan sendiri dan dapat memiliki kontrol atas aliran dan pengungkapan informasi tentang dirinya sendiri. Perlindungan terhadap ancaman keamanan dan kontrol informasi data pribadi pelanggan dalam lingkungan *online*.

## 2) Jaminan Keamanan

Perlindungan privasi dan data pribadi merupakan faktor penentu akan adanya kepercayaan yang merupakan hal penting dalam transaksi digital karena pengguna dalam jaringan tidak akan melakukan sebuah transaksi digital apabila merasakan keamanan akan privasi dan data pribadinya terancam.

## 2.2.4 Kemudahan

### 2.2.4.1 Pengertian Kemudahan

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat orang bebas dari upaya. Jadi, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya. (Jogiyanto, 2011).

Selain itu, kemudahan merupakan keyakinan individu bahwa suatu teknologi mudah dipelajari, dipahami, dan digunakan tanpa memerlukan banyak usaha. Dalam teori *Technology Acceptance Model* (TAM), persepsi kemudahan penggunaan diyakini dapat meningkatkan penerimaan dan minat seseorang dalam menggunakan teknologi (Andini & Indrarini, 2024).

#### 2.2.4.2 Indikator Kemudahan

(Irmadhani et al,2012) Membagi Indikator Kemudahan sebagai berikut:

- 1) Jelas dan Dapat Dimengerti  
Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti.
- 2) Tidak Memerlukan Banyak Usaha Mental  
Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut
- 3) Mudah Digunakan  
Sistem Mudah Digunakan.
- 4) Mudah untuk membuat sistem melakukan apa yang dia ingin lakukan  
Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan.

#### 2.2.5 Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah

##### 2.2.5.1 Pengertian Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah

*Mobile banking* adalah layanan perbankan digital yang ditawarkan oleh bank untuk nasabahnya melakukan transaksi hanya melalui smartphone (Riswandi, Budi Agus, 2005:85). Menurut Bank Indonesia (BI), *mobile banking* merupakan transaksi keuangan yang dilakukan menggunakan perangkat *mobile* bersifat pribadi dimana pada umumnya berupa ponsel atau smartphone yang sumber dananya berasal dari tabungan para nasabah di bank. *Mobile banking* atau biasanya sering disebut atau dikenal masyarakat dengan singkatan *M-banking* merupakan suatu kegiatan transaksi perbankan *online* yang memudahkan

pengguna m-banking hanya melalui ponsel atau smarthphone.

Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank. (Wahyu Agus Winarno, 2017).

#### **2.2.5.2 Indikator Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah**

(Ferdinand, 2006) Membagikan Indikator Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah sebagai berikut:

##### 1) Minat Transaksional

Kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

##### 2) Minat Referensial

Kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

##### 3) Minat Preferensial

Minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

## **2.2 Kerangka Penelitian Teoritis**

### **2.3.1 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah**

Perhatian masyarakat terhadap perbankan selalu besar, baik pada saat ekonomi sedang tumbuh subur, maupun sebaliknya. Hal itu dikarenakan lembaga perbankan dalam kehidupan dunia modern

merupakan suatu lembaga yang sulit dihindari. Perkembangan industri perbankan di Indonesia pasca deregulasi perbankan tahun 1988 mengakibatkan peran perbankan sebagai lembaga *financial intermediary* dalam membiayai *external financing* terutama untuk investasi semakin bertambah. Jumlah bank meningkat dua kali lipat selama sepuluh tahun yaitu dari 111 bank pada tahun 1988 menjadi 237 bank pada tahun 1997 (sebelum krisis) dan jumlah kantor bank juga mengalami peningkatan lebih dari 200% pada tahun yang sama (Maysun, 2005).

Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah merupakan sebuah inovasi yang baru dalam industri perbankan syariah. Hal tersebut membuat Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah menarik untuk diteliti dilandasi oleh tiga hal. Pertama, munculnya potensi peningkatan daya saing dengan hadirnya Layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Kedua, perkembangan teknologi yang semakin cepat membuat bank digital sebagai bentuk adaptasi dalam menghadapi perubahan dan ancaman yang muncul. Ketiga, adaptasi yang cepat menjadikan bank digital sebagai sebuah tren baru dalam industri perbankan sehingga banyak sekali hal baru yang bisa diteliti didalamnya. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah. Mengetahui faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan digital *mobile banking* Bank Syariah sangat berguna untuk membangun layanan digital *mobile banking* Bank Syariah yang ideal. Sehingga diharapkan terjadi peningkatan daya saing bank syariah dan berhasil beradaptasi terhadap perkembangan teknologi. (Cupian., Valentino,& Noven, 2022).

Inovasi bank digital muncul di Indonesia dikarenakan perkembangan teknologi yang terjadi. *Startup* seperti Tokopedia, Shopee, Gojek, Grab, dan lainnya memiliki pengaruh terhadap perubahan kebiasaan masyarakat. Dimana transaksi pada startup

mendorong penggunaan uang elektronik lebih banyak dari sebelumnya. Hal tersebut mengakibatkan dalam beberapa tahun terakhir banyak perusahaan rintisan dengan teknologi tinggi masuk kedalam sektor keuangan memanfaatkan kesenjangan pada pelayanan bank tradisional yang terkadang ketinggalan jaman karena keterbatasan peraturan industri, struktur, dan budaya perusahaan (Cuesta, Ruesta, Tuesta, & Urbiola, 2015).

Pada era globalisasi ini Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi sudah merupakan suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi di dunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pengguna *internet* di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. *Internet* menjadimedia dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu *internet* menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi. Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan *internet*. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah majudengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara *online* tanpa mengharuskan nasabahnya untukdatang dan mengantri di bank

atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking* (Maya Angela,2014).

Pada bagian ini pihak bank harus lebih bekerja keras untuk memasarkan layanan ini kepada masyarakat untuk menarik minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Kegiatan pemasaran harus selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi begitu sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat.<sup>4</sup> Didalam hal memasarkan maka bank memiliki tujuan- tujuan yang ingin dicapai melalui proses pemasaran tersebut. Salah satu tujuan dari pemasaran bank yaitu memaksimalkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi sehingga dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan produk. Maka dari itu pihak bank harus mengambil andil yang begitu besar untuk dapat memasarkan fasilitas *Mobile Banking* ini secara keras agar masyarakat lebih meminati lagi untuk menggunakan fasilitas ini. (Kasmir,2004).

### **2.3.2 Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah**

Keamanan adalah faktor penting dalam layanan *internet banking* yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakannya. Semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah yang menggunakan (Lee,2009).

Bank-bank di negara-negara berkembang sebaiknya mempertimbangkan keamanan dari layanan *mobile banking* dan sekaligus sebagai tantangan untuk meningkatkan kualitas keamanan dari layanan *mobile banking* karena layanan ini menggunakan *internet* sebagai media komunikasi maka keamanan dari *mobile banking* pun bergantung pada keamanan dari *internet* itu sendiri (Susanto,2013).

Persepsi keamanan merupakan kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak akan dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain selama dalam perjalanan dan penyimpanan, sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan diri mereka.

Persepsi kepercayaan ini perlu untuk diperhatikan sebab maraknya kejahatan yang mungkin dihadapi oleh pengguna *internet* sehingga itu pula yang dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *mobile banking* atau tidak (Flavia'n dan M,2006).

Keamanan *Internet Banking* yaitu keamanan yang memfokuskan pada informasi yang telah disediakan layanan *internet banking* akurat, informasi bagi nasabah terjaga kerahasiannya dan setiap transaksi yang dilakukan aman, sehingga kemajuan teknologi tersebut mampu meningkatkan keamanan layanan. Keamanan dan privasi merupakan salah satu faktor penting yang mendorong minat nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. (Zumrotus Sholikah,2018).

### **2.3.3 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital *Mobile Banking* Bank Syariah**

Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. (Widjana,2010).

Kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu kepercayaan bahwa suatu sistem komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. ( Panggih dan Paulus,2014).

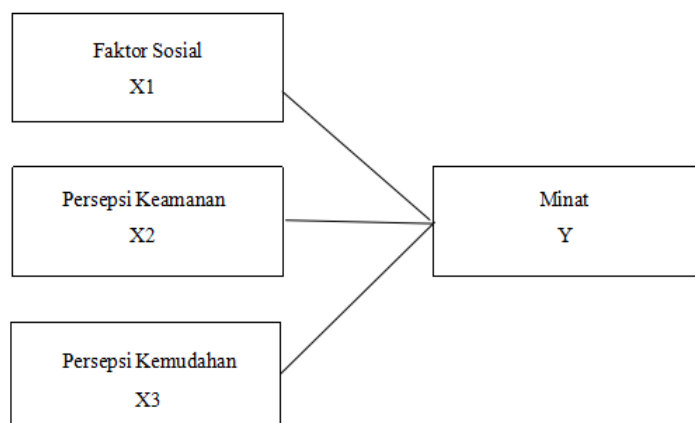
Bahwa kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa bahwa sistem informasi mudah digunakan maka seseorang akan cenderung menggunakannya. Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikator terhadap suatu sistem informasi (termasuk *internet banking*) yang meliputi Efisiensi waktu dalam penggunaan, tampilannya situsnya

mudah dimengerti, menambah keterampilan dalam menggunakannya, dan mudah dipelajari. (Farizi,2013).

Kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer/*internet banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. (Davis,1989).

Kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya begitupun dengan *mobile banking* jika sistemnya mudah akan membuat orang percaya dan akan menggunakannya. (Jogiyanto,2011).

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat diambarkan dalam kerangka pemikiran yang dapat dilihat sebagai berikut:



Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis**

Dari gambar kerangka pemikiran diatas dapat dijelaskan bahwa variable bebas (indepeden) yaitu, Faktor Sosial (X1), Persepsi

Keamanan (X2), Persepsi Kemudahan (X3) dan mempengaruhi variable terikat yaitu, Minat (Y) baik secara parsial maupun simultan.

### 2.3 Rumusan Hipotesis

Dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H01 Secara parsial faktor sosial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- Ha1 Secara parsial faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- H02 Secara parsial persepsi keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- Ha2 Secara parsial persepsi keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- H03 Secara parsial faktor sosial persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- Ha3 Secara parsial faktor sosial persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- H04 Secara simultan faktor sosial, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah
- Ha4 Secara simultan faktor sosial, persepsi keamanan dan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Metodologi Penelitian**

Metode sama artinya dengan metodologi yaitu suatu penyelidikan yang sistematis dan formulasi metode-metode yang akan digunakan dalam penelitian. Sedangkan penelitian adalah semua kegiatan pencarian, penyelidikan, dan percobaan secara alamiah dalam suatu bidang tertentu, untuk mendapatkan fakta fakta atau prinsip-prinsip baru yang bertujuan untuk mendapatkan pengertian baru dan menaikkan tingkat ilmu serta teknologi. (Zakiah Drajat,2008).

Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu objek atau objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah dan termasuk keabsahannya. (Rosady Ruslan,2006).

Penelitian adalah suatu penyelidikan yang sistematis yang ditujukan pada penyediaan informasi untuk menyelesaikan masalah- masalah. Penelitian adalah terjemahan dari bahasa Inggris, „Research’. Sebagian ahli menerjemahkan kata research dengan kata riset. „Re’ yang artinya „kembali“ dan search adalah kembali. Jadi arti sesungguhnya „mencari kembali“. Menurut kamus *Webster’s New International*, penelitian adalah penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta dan prinsip-prinsip, suatu penyelidikan yang mata cerdas untuk menetapkan sesuatu. (Roni Andespa,2011).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan test statistik. Dan sumber data di ambil dari data primer dengan memberikan kuesioner dan wawancara kepada responden terpilih. Sedangkan data sekunder di ambil dari buku- buku, jurnal, artikel, *internet* dan literatur yang berkaitan dengan penelitian ini. (Mislal Hayati Nasution,2015).

Data yang dikumpulkan oleh penulis diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat sosial tentang keamanan dan kemudahan saat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah. (Firdaus,2022).

### 3.2 Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragama antara peneliti dengan orang yang membaca penelitian nya. Agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka definisi operasional disusun dalam suatu penelitian.

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi dua variabel, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Berikut adalah variabel yang diteliti:

1) Variabel dependen atau variabel terikat (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen atau variabel terikat. Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. (Sugiyono,2012) Variabel terikat pada penelitian adalah minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah.

2) Variabel independen atau variabel bebas (X)

Variabel independen adalah variabel yang dimanipulasi atau variasikan dalam studi eksperimental untuk mengeksplorasi pengaruhnya. Disebut “independen” karena tidak dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian. (Winarsunu,2010) Variabel indepeden dalam penelitian ini adalah faktor sosial (X1), persepsi keamanan (X2), dan persepsi kemudahan (X3).

**Tabel 3. 1**  
**Operasional Variabel**

| <b>Variabel</b>                                                          | <b>Konsep Variabel</b>                                                                                            | <b>Indikator Variabel</b>                                                                                                                                                      | <b>Skala Pengukuran</b> |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Faktor Sosial (X1)                                                       | Kepercayaan seorang individu atas kegunaansistem teknologi yang dapat membantu pekerjaannya.                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengaruh Orang Penting</li> <li>▪ Dukungan Keluarga/teman</li> <li>▪ Dorongan lingkungan</li> </ul>                                   | Ordinal                 |
| Keamanan (X2)                                                            | Rasa aman antar masyarakat saat melakukan penggunaan layanan digital <i>mobile banking</i> .                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keamanan transaksi</li> <li>▪ Perlindungan data pribadi</li> <li>▪ Kerahasiaan data</li> <li>▪ Kepercayaan sistem keamanan</li> </ul> | Ordinal                 |
| Kemudahan (X3)                                                           | Kemudahan yang diharapkan antar masyarakat saat penggunaan                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mudah dipelajari</li> <li>▪ Kejelasan interaksi</li> <li>▪ Mudah digunakan</li> <li>▪ Terampil</li> </ul>                             | Ordinal                 |
| Minat Menggunakan Layanan Digital <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah (Y) | Keinginan antar masyarakat untuk melakuka penggunaan layanan digital <i>mobile banking</i> bank syariah tersebut. | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Niat Jangka pendek</li> <li>▪ Rencana penggunaan rutin</li> <li>▪ Prediksi jangka panjang</li> <li>▪ Intensitas masa depan</li> </ul> | Ordinal                 |

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2026)

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya. (Sugiyono,2020). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Indonesia.

### **3.3.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling*. (Sugiyono,2019). Adapun sampel dalam penelitian berjumlah 100 responden, dengan karakteristik responden yaitu muslim, menggunakan rekening bank syariah dan pernah menggunakan layanan *mobile banking*.

## **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Yang menjadi objek dalam penelitian ini ialah layanan digital *mobile banking* bank syariah dimulai pada bulan Juli 2026.

### **3.4.2 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data diperlukan untuk menguji amggapan dasar dan hipotesis. Untuk mendapatkan data tersebut, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

Kuesioner, yaitu dengan memberikan pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden dengan tujuan memperoleh informasi dengan tingkat ketepatan setinggi mungkin. Kuesioner diajukan kepada masyarakat ataupun mahasiswa di Jabodetabek dengan menyebarkan link Google Form.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yaitu dengan mengajukan pernyataan secara tertulis kepada responden. Pernyataan yang diajukan harus mudah dipahami, jelas, dan tidak meragukan responden di dalam pernyataan. Pengukuran yang digunakan adalah skala likert, yaitu peneliti menggunakan alternatif pernyataan dengan bobot nilai

sebagai berikut: 1= “Sangat Tidak Setuju”, 2= “Tidak Setuju”, 3= “Ragu-ragu”, 4= “Setuju”, 5= “Sangat Setuju”.

Menurut (Dewi Komara ,2023) skala atau alat pengukuran psikologis yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap, pengetahuan, pendapat, maupun persepsi responden terhadap suatu objek melalui alat pengumpulan data yang berupa angket atau kuesioner.

**Tabel 3.2**  
**Bobot Nilai Penggunaan Skala Likert**

| <b>Keterangan</b>         | <b>Bobot Nilai</b> |
|---------------------------|--------------------|
| Sangat Setuju (SS)        | 5                  |
| Setuju (S)                | 4                  |
| Ragu-ragu (RR)            | 3                  |
| Tidak Setuju (TS)         | 2                  |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1                  |

Sumber : Diolah Oleh Penulis (2026)

### **3.5 Teknik Pengolahan dan Analisi Data**

#### **3.5.1 Uji Validitas**

Menurut (Aglis Hermawan,2020) Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas adalah uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Uji ini bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- Apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$  (pada signifikan 5%), maka dinyatakan item kuesioner tersebut valid.

- Apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$  (pada signifikan 5%), maka dinyatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

### 3.5.2 Uji Reabilitas

Menurut (Astuti & Prijanto, 2021) Pengujian reabilitas yaitu untuk mengukur bahwa instrumen yang digunakan benar-benar dapat dipercaya atau menghasilkan data yang bebas dari kesalahan. Suatu instrumen dapat dikatakan reliable apabila jawaban terhadap pertanyaan konsisten dari waktu ke waktu saat dilakukan dua kali pengukuran atau lebih pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama.

Pengujian reabilitas dapat dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu. Pengujian reabilitas dilihat dari korelasi koefisien Cronbach Alfa untuk semua kuesioner dari setiap variabel. Cronbach Alfa adalah koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item atau butir dalam suatu kumpulan secara positif berkorelasi satu sama lain. Dapat dikatakan reliable apabila nilai Cronbach Alfa  $> 0.70$ .

### 3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Munandar et al., 2020) Analisis regresi berganda merupakan sebuah studi yang menerangkan tentang ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan variabel independen (variabel bebas) yang berjumlah satu atau lebih. Tujuan analisis regresi berganda untuk mengestimasi dan memprediksi bagaimana rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang diketahui. Secara sistematis analisis ini ditulis dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

$Y$  = Minat Penggunaan

$a$  = Konstanta

$b_1 - b_3$  = Koefisien regresi masing-masing variabel

$X_1$  = Kemudahan Penggunaan

$X_2$  = Lingkungan Sosial

$X_3$  = Gaya Hidup

$e$  = error

### 3.5.4 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah langkah yang dilakukan sebelum dilakukannya pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, adapun uji asumsi klasik terdiri dari:

#### 3.5.4.1 Uji Normalitas

Menurut (Munandar et al., 2020) Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah di dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal karena pada uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Uji ini dilakukan dengan menggunakan P.P Plot dan menggunakan uji statistik *Kolmogrov-Smirnov*. Dengan uji normal P.P Plot bila ada menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan kesalahan pengganggu distribusi normal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dengan uji *Kolmogrov-Smirnov* bila nilai signifikan

$< 0,05$  berarti kesalahan pengganggu tidak berdistribusi normal, sebaliknya bila nilai signifikan  $> 0,05$  berarti kesalahan pengganggu berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki kesalahan pengganggu berdistribusi normal atau mendekati normal.

#### 3.5.4.2 Uji Multikolinieritas

Menurut (Munandar et al., 2020) Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi linear berganda. Apabila terdapat korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menghindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai tolerance. Pengambilan keputusan dengan melihat nilai tolerance:

1. Tidak terjadi multikolinearitas, apabila nilai tolerance lebih besar 0,10
2. Terjadi multikolinearitas, apabila nilai *tolerance* lebih kecil atau sama dengan 0,10

#### 3.5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Munandar et al., 2020) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali,

2018). Uji heteroskedastisitas ini juga bertujuan untuk menguji data dalam model regresi terjadi atau ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Regresi yang benar seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola pada grafik *scatterplot* antara *SRESID* (*Studentized Residual*) dan *ZPRED* (*Standardized Predicted Value*).

Dasar kriteria dalam mengambil keputusan yaitu:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik titik yang membentuk sesuatu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji lain untuk mendeteksi ada terjadi heteroskedastisitas yaitu dengan melakukan uji *Rank Spearman*. Uji *Rank Spearman* digunakan untuk mengorelasikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual (*error*). Agar mengetahui gejala heteroskedastisitas kemudian menentukan nilai absolut, lalu meregresikan nilai absolut residual yang diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen. Dasar penentuan pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas dengan uji *Rank Spearman* adalah sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikan (*2-tailed*) lebih besar dari nilai alpha 0,05 maka dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. Apabila nilai signifikan (*2-tailed*) lebih kecil dari nilai alpha 0,05 maka dikatakan bahwa terdapat gejala heteroskedastisitas

### 3.5.5 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut (Munandar et al., 2020) Analisis koefisien determinasi  $R^2$  digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati nol menandakan kemampuan antar variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menandakan variabel- variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen Untuk regresi berganda penambahan variabel bebas akan memengaruhi nilai  $R^2$  oleh karena itu, nilai  $R^2$  disesuaikan dengan adjust  $R^2$ .

### 3.5.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.6.1 Uji Statistik t (Parsial)

Menurut (Munandar et al., 2020) menyatakan bahwa uji signifikansi t digunakan untuk melihat signifikan atau tidak pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), pengujian ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Penerimaan ataupun penolakan dilakukan secara:

Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikan  $\leq 0,005$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### 3.5.6.2 Uji Statistik f (Simultan)

Menurut (Munandar et al., 2020) mengemukakan bahwa “uji statistik F pada dasarnya menunjukkan signifikan atau tidak berpengaruhnya semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, kriteria dalam uji F adalah taraf pada signifikannya adalah  $\alpha= 0,05$ ”. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi  $F > 0,05$  artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika nilai signifikansi  $F \leq 0,05$  artinya variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Uji F dapat juga dilakukan dengan membandingkan F Hitung dan F Tabel, kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika  $F \text{ Hitung} > F \text{ Tabel}$  maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- b. Jika  $F \text{ Hitung} < F \text{ Tabel}$  maka variabel independen secara simultan memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen (Y).

**Tabel 3.3**

**Tingkat Hubungan Koefisien Korelasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,00 – 0,199              | Sangat lemah            |
| 0,20 – 0,399              | Lemah                   |
| 0,40 – 0,599              | Sedang                  |
| 0,60 – 0,799              | Kuat                    |
| 0,80 – 1,000              | Sangat kuat             |

Sumber: (Munandar et al., 2020)

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Layanan digital mobile banking pada perbankan syariah dapat dipahami sebagai bentuk transformasi layanan perbankan berbasis aplikasi smartphone yang memungkinkan nasabah melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa harus datang ke kantor cabang. Rahayu (2016) menjelaskan bahwa mobile banking merupakan salah satu layanan jasa bank yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, melakukan komunikasi, serta melaksanakan transaksi perbankan melalui jaringan internet. Pada konteks bank syariah, aplikasi seperti BSI Mobile dilengkapi dengan berbagai fitur transaksi, mulai dari transfer dana, pembayaran, pembelian, hingga layanan islami seperti berbagi ziswaf dan e-mas (Sari,K , Yuliani M, & Fitrianto : 2025)

Pertumbuhan layanan digital mobile banking syariah di Indonesia menunjukkan tren yang terus meningkat seiring akselerasi transformasi digital di sektor keuangan. Menurut laporan Bank Indonesia sebagaimana dikutip dalam Jurnal TOMAN: Topik Manajemen (2025), transformasi digital dalam industri keuangan telah membuka peluang besar bagi bank syariah untuk memperluas aksesibilitas layanannya kepada nasabah, terutama melalui aplikasi mobile banking yang dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi tanpa melanggar prinsip syariah. Sejalan dengan itu, data transaksi digital BSI yang diulas dalam Jurnal Al-Falah Perbankan Syariah (2025) turut menegaskan bahwa kontribusi terbesar pertumbuhan transaksi digital bank syariah berasal dari kanal mobile banking.

Sejumlah penelitian mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong nasabah mengadopsi layanan mobile banking syariah, umumnya menggunakan kerangka Technology Acceptance Model (TAM). Nur (2024) dalam Jurnal Al-Intaj: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah menemukan bahwa niat adopsi

mobile banking pada bank syariah dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Temuan serupa dikemukakan oleh Siregar dkk. (2024) dalam *Journal of Sharia Banking*, yang menyatakan bahwa determinan intensi mahasiswa dalam menggunakan mobile banking sangat dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan teknologi. Selain aspek teknis, penelitian dalam *Persya: Jurnal Perbankan Syariah* (2023) juga menyoroti peran sentral kepercayaan nasabah, khususnya terkait keamanan transaksi, sebagai faktor signifikan yang menentukan minat penggunaan mobile banking syariah.

## 4.2 Karakteristik Responden

Data deskriptif responden memberikan gambaran mengenai karakteristik responden yang diukur dengan skala likert yang kemudian dijelaskan dalam tabel untuk menunjukkan frekuensi dan persentase yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan**

| Bank Yang Digunakan          | Jumlah Responden | Persentase |
|------------------------------|------------------|------------|
| Bank Syariah Indonesia (BSI) | 76               | 76%        |
| Bank Muamalat                | 6                | 6%         |
| Bank Mega Syariah            | 1                | 1%         |
| Bank Syariah Lainnya         | 17               | 17%        |
| Jumlah                       | 100              | 100%       |

Sumber : Data Kuisisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, mayoritas responden menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI) yaitu sebanyak 76 responden dengan persentase 76%. Sementara itu, responden yang menggunakan bank syariah lainnya berjumlah 17 responden dengan

persentase 17%, diikuti oleh responden pengguna Bank Muamalat sebanyak 6 responden dengan persentase 6%, dan responden pengguna Bank Mega Syariah sebanyak 1 responden dengan persentase 1%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini menggunakan Bank Syariah Indonesia (BSI).

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Usia</b>   | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|---------------|-------------------------|-------------------|
| 18 - 24       | 23                      | 23%               |
| 25 - 30       | 14                      | 14%               |
| 31 - 35       | 6                       | 6%                |
| 36 - 40       | 21                      | 21%               |
| > 40          | 36                      | 36%               |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, responden dengan usia 18-24 tahun berjumlah 23 responden dengan persentase 23%, responden dengan usia 25-30 tahun berjumlah 14 responden dengan persentase 14%, responden dengan usia 31-35 tahun berjumlah 6 responden dengan persentase 6%, responden dengan usia 36-40 tahun berjumlah 21 responden dengan persentase 21%, dan responden dengan usia di atas 40 tahun berjumlah 36 responden dengan persentase 36%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini berusia di atas 40 tahun.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b>  | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|-------------------|-------------------------|-------------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 12                      | 12%               |
| Pegawai Negeri    | 7                       | 7%                |
| Pegawai Swasta    | 25                      | 25%               |
| Wirausaha         | 12                      | 12%               |
| Ibu Rumah Tangga  | 37                      | 37%               |
| Lainnya           | 7                       | 7%                |
| <b>Jumlah</b>     | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, responden dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 37 responden dengan persentase 37%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta berjumlah 25 responden dengan persentase 25%, responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 12 responden dengan persentase 12%, responden dengan pekerjaan sebagai wirausaha berjumlah 12 responden dengan persentase 12%, responden dengan pekerjaan sebagai pegawai negeri berjumlah 7 responden dengan persentase 7%, dan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 7 responden dengan persentase 7%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini bekerja sebagai ibu rumah tangga.

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------|-------------------------|-------------------|
| Pria                 | 19                      | 19%               |
| Wanita               | 81                      | 81%               |
| <b>Jumlah</b>        | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, total responden perempuan berjumlah 81 responden dengan persentase 81%. Sementara itu, total responden laki-laki berjumlah 19 responden dengan persentase 19%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan**

| <b>Pendapatan Per Bulan</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|-----------------------------|-------------------------|-------------------|
| < 3 juta                    | 29                      | 29%               |
| > 3 juta - 5 juta           | 26                      | 26%               |
| > 5 juta - 10 juta          | 19                      | 19%               |
| > 10 juta                   | 26                      | 26%               |
| <b>Jumlah</b>               | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, responden dengan pendapatan kurang dari 3 juta per bulan berjumlah 29 responden dengan persentase 29%, responden dengan pendapatan 3 juta hingga 5 juta per bulan berjumlah 26 responden dengan persentase 26%, responden dengan pendapatan 5 juta hingga 10 juta per bulan berjumlah 19 responden dengan persentase 19%, dan responden dengan pendapatan lebih dari 10 juta per bulan berjumlah 26 responden dengan persentase 26%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan kurang dari 3 juta per bulan.

#### 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| <b>Pendidikan Terakhir</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|----------------------------|-------------------------|-------------------|
| SMP                        | 3                       | 3%                |
| SMA/Sederajat              | 34                      | 34%               |
| Sarjana/Diploma            | 58                      | 58%               |
| Magister                   | 5                       | 5%                |
| Dokter                     | 0                       | 0%                |
| <b>Jumlah</b>              | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, responden dengan pendidikan terakhir Sarjana/Diploma berjumlah 58 responden dengan persentase 58%, responden dengan pendidikan terakhir SMA/Sederajat berjumlah 34 responden dengan persentase 34%, responden dengan pendidikan terakhir Magister berjumlah 5 responden dengan persentase 5%, dan responden dengan pendidikan terakhir SMP berjumlah 3 responden dengan persentase 3%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir Sarjana/Diploma.

#### 4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

**Tabel 4.7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal**

| <b>Tempat Tinggal</b> | <b>Jumlah Responden</b> | <b>Persentase</b> |
|-----------------------|-------------------------|-------------------|
| DKI Jakarta           | 65                      | 65%               |
| Luar Jakarta          | 35                      | 35%               |
| <b>Jumlah</b>         | <b>100</b>              | <b>100%</b>       |

Sumber : Data Kuisioner, (2026)

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa total responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Dari jumlah tersebut, responden yang bertempat tinggal di DKI Jakarta berjumlah 65 responden dengan persentase 65%. Sementara itu, responden yang bertempat tinggal di luar Jakarta

berjumlah 35 responden dengan persentase 35%. Maka, mayoritas responden dalam penelitian ini bertempat tinggal di DKI Jakarta.

### 4.3 Teknik Pengolahan dan Analisi Data

#### 4.3.1 Uji Validitas

Menurut Aglis Hermawan (2020), uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Instrumen dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada tingkat signifikansi 5%, sedangkan jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrumen dinyatakan tidak valid.

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas**

| Variabel      | Pertanyaan                                                                                                         | $r$ Hitung | $r$ Tabel | Hasil |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|-------|
| Faktor Sosial | Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan mobile banking Bank Syariah.                       | 0,766      | 0,1966    | Valid |
|               | Orang-orang yang memengaruhi keputusan saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan mobile banking Bank Syariah. | 0,812      | 0,1966    | Valid |
|               | Keluarga atau teman saya mendukung penggunaan mobile banking Bank Syariah.                                         | 0,729      | 0,1966    | Valid |
|               | Lingkungan di sekitar saya mendorong saya menggunakan mobile banking Bank Syariah.                                 | 0,723      | 0,1966    | Valid |
| Keamanan      | Saya merasa transaksi menggunakan mobile banking Bank Syariah berlangsung dengan aman.                             | 0,778      | 0,1966    | Valid |

|           |                                                                                                   |       |        |       |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
|           | Saya yakin informasi pribadi saya terlindungi saat menggunakan mobile banking Bank Syariah.       | 0,749 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya yakin data transaksi saya tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang.               | 0,796 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya percaya sistem keamanan mobile banking Bank Syariah mampu melindungi data dan transaksi saya | 0,805 | 0,1966 | Valid |
| Kemudahan | Mobile banking Bank Syariah mudah dipelajari.                                                     | 0,745 | 0,1966 | Valid |
|           | Interaksi saya dengan mobile banking Bank Syariah jelas dan mudah dipahami.                       | 0,712 | 0,1966 | Valid |
|           | Mobile banking Bank Syariah mudah digunakan.                                                      | 0,759 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya mudah menjadi terampil dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah.                        | 0,777 | 0,1966 | Valid |
| Minat     | Saya berniat menggunakan mobile banking Bank Syariah dalam waktu dekat.                           | 0,752 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya berencana menggunakan mobile banking Bank Syariah secara rutin.                              | 0,821 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya memperkirakan akan terus menggunakan mobile banking Bank Syariah di masa mendatang.          | 0,757 | 0,1966 | Valid |

|  |                                                                                     |       |        |       |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
|  | Saya akan lebih sering menggunakan mobile banking Bank Syariah pada masa mendatang. | 0,833 | 0,1966 | Valid |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

Berdasarkan tabel 4. seluruh 16 item kuesioner dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung masing-masing item lebih besar dari  $r$  tabel (0,1966). Artinya, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk mengukur variabel-variabel terkait minat penggunaan mobile banking Bank Syariah. (Aglis Hermawan, 2020)

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

**Tabel 4.9**  
**Uji Reabilitas**

| Variabel      | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> | Hasil    |
|---------------|-------------------------|-------------------|----------|
| Faktor Sosial | 0,905                   | 4                 | Reliabel |
| Keamanan      | 0,904                   | 4                 | Reliabel |
| Kemudahan     | 0,919                   | 4                 | Reliabel |
| Minat         | 0,933                   | 4                 | Reliabel |

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

Menurut Astuti dan Prijanto (2021), uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi dan keandalan instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$ , yang menunjukkan bahwa butir pertanyaan konsisten dalam mengukur variabel penelitian. Berdasarkan hal tersebut, dari gambar 4. hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaannya reliabel karena nilai dari *Cronbach's Alpha* yang didapatkan lebih besar dari 0,7.

### 4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Munandar et al. (2020), analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui dan memprediksi pengaruh satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen berdasarkan hubungan di antara variabel-variabel tersebut.

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

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)     | 3.588                       | 1.535      |                           | 2.337 | .022 |
| Faktor_Sosial_X1 | .376                        | .093       | .406                      | 4.029 | .000 |
| Keamanan_X2      | .032                        | .140       | .030                      | .229  | .820 |
| Kemudahan_X3     | .375                        | .135       | .325                      | 2.778 | .007 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

**Gambar 4.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Dari gambar diatas, diperoleh persamaan regresi:  $Y = 3.588 + 0,376 X_1 + 0,032 X_2 + 0,375 X_3 + e$

Berikut penjelasan dari regresi linear berganda terkait gambar 4. :

- Pengujian pengaruh antara Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,376 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan penggunaan Faktor Sosial (X1) dapat mengakibatkan semakin tinggi pula Minat (Y), begitu juga sebaliknya. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Satriawaty Migang, 2022; Khairani,R. Z., et al 2021) yang menunjukkan bahwa Faktor Sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Y).
- Pengujian pengaruh antara Keamanan (X2) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0.820, karena nilai

signifikansi  $> 0.05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan (X2) terhadap Minat (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan penggunaan Keamanan (X2) dapat mengakibatkan semakin tinggi pula Minat (Y), begitu juga sebaliknya. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Andini & Indrarini, 2024) yang menunjukkan bahwa Keamanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat (Y).

- Pengujian pengaruh antara Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,375 dengan nilai signifikansi sebesar 0.007, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y). Mengingat koefisien bertanda positif mengindikasikan bahwa hubungan keduanya positif, Artinya semakin tinggi responden mepersepsikan penggunaan Kemudahan (X3) dapat mengakibatkan semakin tinggi pula Minat (Y), begitu juga sebaliknya. Hal tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bakhtiar, Rifqi., *et al* 2020; Junaedi, Edi & Neneng, 2023) yang menunjukkan bahwa Kemudahan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Y).

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa Faktor Sosial (sig. 0,000), Keamanan (sig. 0.820), dan Kemudahan (sig. 0,007) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah di Indonesia.

#### 4.3.4 Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Menurut Munandar et al. (2020), uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dapat dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov, di mana model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas jika nilai signifikansi  $> 0,05$ .

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                        |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | .0000000                |
|                                        | Std. Deviation | 2.15584160              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | .082                    |
|                                        | Positive       | .082                    |
|                                        | Negative       | -.074                   |
| Test Statistic                         |                | .082                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | .097 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

**Gambar 4.2 Uji Normalitas**

Berdasarkan hal tersebut, dari gambar 4., hasil uji normalitas residual dengan kolmogorov-smirnov pada penelitian ini menunjukkan nilai Asymp.Sig sebesar  $0.097 \geq \alpha (0.05)$  sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                         |       |
|---------------------------|------------------|-------------------------|-------|
|                           |                  | Collinearity Statistics |       |
| Model                     |                  | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | Faktor_Sosial_X1 | .570                    | 1.754 |
|                           | Keamanan_X2      | .344                    | 2.908 |
|                           | Kemudahan_X3     | .423                    | 2.366 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

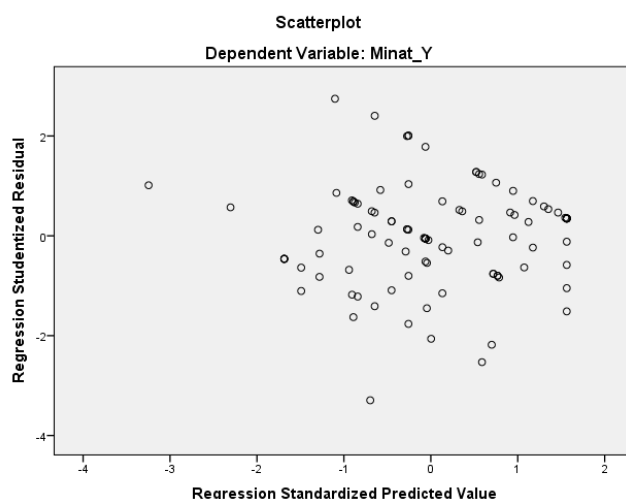
**Gambar 4.3 Uji Multikolinearitas**

Menurut Munandar et al. (2020), uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami multikolinearitas, yang

ditunjukkan dengan nilai tolerance  $> 0,10$  atau VIF  $< 10$ . Berdasarkan hal tersebut, dari gambar 4. hasil uji multikolinieritas pada penelitian ini, nilai VIF (Varian Inflation Factor) diketahui bahwa seluruh variabel tidak memiliki nilai VIF lebih dari 10, serta nilai tolerance yang kurang dari 0.10. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas atau asumsi multikolinieritas telah terpenuhi dan dapat dianalisis secara bersamaan.

### 3. Uji Heteroskedastitas

Menurut Munandar et al. (2020), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas, yang dapat dilihat melalui pola pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED.



Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

**Gambar 4.4 Uji Heteroskedastitas**

Berdasarkan hal tersebut, dari gambar 4., hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini, tampilan grafik scatter plot yang dihasilkan menunjukkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas pada seluruh variabel bebas (faktor sosial, keamanan, dan kemudahan). Hal ini dapat dilihat dari sebaran data yang menyebar kesegala bidang dan berada di atas maupun dibawah nilai

0 pada sumbu Y sehingga dengan alasan tersebut dilakukan perlu dilakukan uji Glejser untuk memastikan bahwa asumsi heterokedastisitas terpenuhi.

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

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1 (Constant)     | 3.252                       | 1.155      |                           | 2.815  | .006 |
| Faktor_Sosial_X1 | -.134                       | .070       | -.252                     | -1.902 | .060 |
| Keamanan_X2      | .085                        | .106       | .138                      | .807   | .422 |
| Kemudahan_X3     | .009                        | .102       | .013                      | .084   | .933 |

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

#### Gambar 4.5 Uji Glejser

Hasil pengujian asumsi heterokedastisitas didapatkan bahwa nilai signifikansi  $> 0.05$  untuk semua variabel yaitu 0,060 untuk faktor sosial dan 0,422 untuk keamanan serta 0,933 untuk kemudahan sehingga disimpulkan bahwa tidak ada gejala heterokedastisitas.

#### 4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui besarnya nilai kontribusi atau pengaruh antar variabel bebas, yaitu Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) terhadap variabel terikat, yaitu terhadap variabel Minat(Y). Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebagai berikut:

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .667 <sup>a</sup> | .444     | .427              | 2.189                      |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Faktor\_Sosial\_X1, Keamanan\_X2

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

#### Gambar 4.6 Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut Munandar et al. (2020), koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang mendekati 0 menunjukkan kemampuan model yang rendah, sedangkan nilai yang mendekati 1 menunjukkan kemampuan model yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut, dari gambar 4. merupakan hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada penelitian ini yang dimana analisis ini digunakan sebagai pengukur besarnya pengaruh Faktor Sosial ( $X_1$ ), Keamanan ( $X_2$ ), dan Kemudahan ( $X_3$ ) terhadap variabel terikat yaitu terhadap Minat ( $Y$ ). Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai R Square ( $R^2$ ) adalah 0.444 yang dimana dapat dikatakan baik dan bisa disimpulkan bahwa Faktor Sosial ( $X_1$ ), Keamanan ( $X_2$ ), dan Kemudahan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh sebesar 44,4% sedangkan sisanya 55,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian dari (Rabbani, A., Bahrudin, M., & Saefurrohman, G. U, 2026) yang menunjukkan bahwa Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Menggunakan E-Wallet. Model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat dengan nilai R Square sebesar 84,6%.

#### **4.3.6 Pengujian Hipotesis**

##### **1. Uji T**

Menurut Munandar et al. (2020), uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (berpengaruh signifikan), sedangkan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak (tidak berpengaruh signifikan).

Coefficients<sup>a</sup>

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)     | 3.588                       | 1.535      |                           | 2.337 | .022 |
| Faktor_Sosial_X1 | .376                        | .093       | .406                      | 4.029 | .000 |
| Keamanan_X2      | .032                        | .140       | .030                      | .229  | .820 |
| Kemudahan_X3     | .375                        | .135       | .325                      | 2.778 | .007 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

**Gambar 4.7 Uji T**

## a. Faktor sosial terhadap minat

Berdasarkan tabel gambar 4. hasil Uji T tersebut, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.376 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan terdahulu dari (Satriawaty Migang, 2022; Khairani, R. Z., *et al* 2021) yang juga menemukan bahwa Faktor Sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap Minat (Y).

## b. Keamanan terhadap minat

Berdasarkan gambar 4. hasil Uji T tersebut, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.032 dengan nilai signifikansi sebesar 0.820, karena nilai signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima sehingga tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan (X2) terhadap Minat (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan terdahulu dari (Andini & Indrarini, 2024) yang juga menemukan bahwa Keamanan (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat (Y).

c. Kemudahan terhadap minat

Berdasarkan gambar 4. hasil Uji T tersebut, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.375 dengan nilai signifikansi sebesar 0.007, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan terdahulu dari (Bakhtiar, Rifqi., *et al* 2020; Junaedi, Edi & Neneng, 2023) yang juga menemukan bahwa Kemudahan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Y).

2. Uji F

Menurut Munandar et al. (2020), uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  atau F hitung  $> F$  tabel, maka variabel independen berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

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

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 368.122        | 3  | 122.707     | 25.602 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 460.118        | 96 | 4.793       |        |                   |
|       | Total      | 828.240        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

b. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Faktor\_Sosial\_X1, Keamanan\_X2

Sumber: Data diolah SPSS 23, 2026

**Gambar 4.8 Uji F**

Berdasarkan tabel 4. hasil Uji F dan penjelasan diatas, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak karena nilai nilai sig  $< \alpha$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap

variabel Minat(Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan terdahulu dari (Rabbani, A., Bahrudin, M., & Saefurrohman, G. U. 2026; Aditya, T., & Mahyuni, L. P. 2022) yang juga menemukan bahwa Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat (Y).

#### **4.4 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

##### **4.4.1 Hasil Uji Hipotesis**

Setelah melakukan pengujian hipotesis pada penelitian ini maka akan ditelaah secara lebih lanjut mengenai pengaruh dari variabel Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), Kemudahan (X3) dan Minat (Y). Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dari masing-masing variabel :

##### **1. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat**

Hasil penelitian pada hipotesis pertama menunjukkan bahwa Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,376 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y). Maka hal tersebut menunjukkan bahwa Faktor sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah. Sehingga pengaruh faktor sosial yang tinggi dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Satriawaty Migang, 2022; Khairani, R. Z., *et al* 2021) yang menunjukkan bahwa Faktor Sosial (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Y).

##### **2. Pengaruh Keamanan terhadap Minat**

Hasil penelitian pada hipotesis kedua menunjukkan bahwa Keamanan (X2) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0.820, karena nilai signifikansi  $> 0.05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan (X2) terhadap Minat (Y). Maka

hal tersebut menunjukkan bahwa Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah. Sehingga tingkat keamanan yang bagus tidak dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Andini & Indrarini, 2024) yang menunjukkan bahwa Keamanan (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Minat (Y).

### 3. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat

Hasil penelitian pada hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y) diperoleh nilai koefisien sebesar 0,375 dengan nilai signifikansi sebesar 0.007, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y). Maka hal tersebut menunjukkan bahwa Kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah. Sehingga tingkat kemudahan untuk mengakses layanan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Bakhtiar, Rifqi., *et al* 2020; Junaedi, Edi & Neneng, 2023) yang menunjukkan bahwa Kemudahan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat (Y).

### 4. Pengaruh Faktor Sosial, Keamanan, dan Kemudahan terhadap Minat

Hasil penelitian pada hipotesis keempat menunjukkan bahwa hasil dari Uji F didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak karena nilai nilai sig  $< \alpha$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat(Y). Maka hal tersebut menunjukkan bahwa Faktor Sosial, Keamanan, dan Kemudahan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah. Sehingga peran dari pengaruh sosial, keamanan, dan

kemudahan akses layanan dapat meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan layanan digital bank syariah.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Rabbani, A., Bahrudin, M., & Saefurrohman, G. U. 2026; Aditya, T., & Mahyuni, L. P. 2022) yang juga menemukan bahwa Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat (Y).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dan pembahasan dari bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Nilai koefisien sebesar 0,376 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Faktor Sosial (X1) terhadap Minat (Y).
2. Nilai koefisien sebesar 0,032 dengan nilai signifikansi sebesar 0.820, karena nilai signifikansi  $> 0.05$  maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Keamanan (X2) terhadap Minat (Y).
3. Nilai koefisien sebesar 0,375 dengan nilai signifikansi sebesar 0.007, karena nilai signifikansi  $< 0.05$  maka terdapat pengaruh yang signifikan antara Kemudahan (X3) terhadap Minat (Y).
4. Nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $\alpha < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak karena nilai nilai sig  $< \alpha$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel Faktor Sosial (X1), Keamanan (X2), dan Kemudahan (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat(Y).

#### **5.2 Penutup**

Berdasarkan kesimpulan yang telah di kemukakan di atas, maka penulis ingin mneyampaikan beberapa saran yang mudah – mudahan dapat bermanfaat dan berguna.

1. Kepada peneliti selanjutnya, karena penelitian ini baru membahas terkait pengaruh Faktor Sosial, Keamanan, Kemudahan, terhadap Minat menggunakan layanan digital *mobile banking* bank syariah, maka peneliti memberi saran untuk diadakan nya penelitian lebih lanjut dan mendalam, dengan cara

menambahkan variabel dan menambahkan jumlah responden dari setiap daerah sehingga penelitian ini bisa terus berlanjut, dan menjadi sumber untuk menambah wawasan dan literatur.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Manfaat, Keamanan dan Pengaruh Sosial terhadap Minat Penggunaan Fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI). *Jurnal Studi Manajemen*, 8(1).
- Andini, A. P., & Indrarini, R. (2024). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Masyarakat Pedesaan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 7(2), 158-171.
- Amanda, N., & Ibadillah, M. N. (2023). Pengaruh Faktor Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Generasi Millenial Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Al-Fatih Global Mulia*, 5(1), 31-44.
- Budiyono, Sutianingsih. 2021. Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memoderasi Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol 5, No 4. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i4.5104>
- Budiyono, Muhammad Tho'in, Dewi Muliasari, Serly Andini Restu Putri. (2021). *An Analysis of Customer Satisfaction Levels in Islamic Banks Based on Marketing Mix as a Measurement Tool. Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 2004–2012. Retrieved from <https://www.annalsofrscb.ro/index.php/journal/article/view/318>
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., & Urbiola, P. (2015). *The digital transformation of the banking industry. Digital Economy Watch*, (August 2015), 1–10. Retrieved from [www.bbvaresearch.com](http://www.bbvaresearch.com)

- Cupian, Ugi Valentino Sarah Annisa Noven. (2022). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Bank Digital Syariah Pada Generasi Z ; Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam. 8(4)
- Dewi, N. L. (2017). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *E-Banking* Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1, Vol. 7. No.1.
- Febriadi, S. R. (2017). Aplikasi Maqashid Syariah Dalam Bidang Perbankan Syariah. Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 1(2), 231–245. <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v1i2.2585>
- Fadhli, M., & Fachruddin, R. (2016). Pengaruh persepsi nasabah atas resiko, kepercayaan, manfaat dan kemudahan pengguna terhadap penggunaan *internet banking* (Studi Empiris pada Nasabah Bank Umum di Kota Banda Aceh). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA), 1(2), 264–276.
- Fajri, P.C. (2022). Pendekatan Maqashid Al-Syari'ah sebagai Pisau Analisis dalam Penelitian Hukum Islam. Jurnal Penelitian Agama, 23(2), 247–262.
- Khairunnisa, K., & Damayanti, S. (2023). Pengaruh Aplikasi Bsi Mobile Terhadap Minat Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Dengan Technology Acceptance Model (Studi Kasus Pada Kcp X). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3393-3404.
- Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridia Tarigan, Evriyenni. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* ; Bank Syariah Mandiri, Vol. 3. No. 1.
- M Rifki Bakhtiar, Erawati Kartika, Ika Listyawati, (2020). Faktor – Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna *Internet Banking* Syariah Mandiri ; Seminar Nasional Manajemen dan Madic , Vol.6.No.3

- Marimin, A., & Romdhoni, A. H. (2015). Perkembangan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(02), 75–87.  
<https://doi.org/10.29040/jiei.v1i02.30>
- Miswaty, N., & Migang, S. (2022). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekpektasi Usaha Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 18(1), 66-75.
- N Sari, L Annisa, E Nurlina. (2021). Analisis Faktor Pendorong Minat Nasabah Dalam Memilih Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Aceh ; Universitas Syiah Kuala. 6(2), 124-141.
- Nasser Atorf, Agus Sugiarto, Irenal Fiscallutfi, M. Y. I. (2002). *Internet Banking Di Indonesia. Journal of Technology Management. Retrieved from*  
<https://media.neliti.com/media/publications/113679-ID-internet-banking-di-indonesia.pdf>
- Pambudi, A. d. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI . *Jurnal studi Manajemen*, vol.8, No 1.
- Rabbani, A., Bahrudin, M., & Saefurrohman, G. U. (2026). Pengaruh Persepsi Keamanan Digital, Pengaruh Sosial, dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet pada Pelaku UMKM di Bandar Lampung. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11(1).
- Rosani, C. R., Purwana, D., & Aditya, S. (2025). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Keamanan terhadap Keputusan Pengguna E-Wallet OVO (Studi pada Mahasiswa Aktif Universitas Negeri Jakarta). *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 5(1), 238–260.

- Rosyadah, A. (2023). Pengaruh keamanan dan kenyamanan layanan Digital Banking terhadap minat Generasi Z dalam menggunakan layanan Perbankan Syariah: Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Safriadi. (2021). Maqashid Al-Syari'ah & Mashalah.
- Santouridis, I., & Kyritsi, M. (2014). *Investigating the Determinants of Internet Banking Adoption in Greece. Procedia Economics and Finance*, 9(Ebeec 2013), 501–510. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00051-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00051-3)
- Saputro, B. D., & Sukirno. (2013). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*. *Jurnal Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 36–63. <https://doi.org/10.21831/nominal.v2i1.1647>
- Sari, D. M. F. P., & Pradnyanika, N. K. Y. (2020). *Perceived ease of use, brand trust dan keamanan terhadap interest of using aplikasi E-Wallet Link aja di Kota Denpasar*. *Media Bina Ilmiah*, 14(12), 3653–3658.
- Syakinah, F. (2024). *Factors Influencing Gen Z's Intention In Adopting Islamic Fintech Payment Digital Services*. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 5(1), 70-89
- Utami, S. B., Bawono, A. D. B., & Sasongko, N. (2023). Pengaruh Privasi, Keamanan, Keandalan, dan Transparansi Terhadap Minat Penggunaan Payment Fintech UMKM di Watukelir. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 7(2).
- 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), 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>

Wulandari, Dwitya Pratiwi, (2018). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Syariah Mandiri ; UIN Sumatera Utara, Skripsi, 375

Zulas, K. R., Sari, N., & Nanda, T. S. F. (2021). Pengaruh Religiositas Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Produk Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 1-16.

## LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

**KUISIONER PENELITIAN**

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL, KEAMANAN, DAN KEMUDAHAN  
TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN LAYANAN DIGITAL  
MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI INDONESIA**

Assalamu'alaikum Wr. Wb  
Kepada Yth  
Seluruh calon responden  
Ditempat

Dengan Hormat,

Saya Imelda Surya Santoso dari Universitas Muhammadiyah Prof. DR. Hamka (UHAMKA). Saat ini sedang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Dari Faktor Sosial, Keamanan dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Digital Mobile Banking Bank Syariah di Indonesia.”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari faktor sosial, keamanan dan kemudahan terhadap minat menggunakan layanan digital mobile banking bank syariah di Indonesia.

Dalam rangka melengkapi data yang di perlukan pada penelitian ini, saya mohon kesediaan teman-teman, bapak, dan ibu untuk meluangkan waktu selama kurang lebih 5 menit untuk mengisi setiap pernyataan yang ada di dalam kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. (Tidak ada jawaban yang benar dan salah) Seluruh jawaban yang diberikan akan diperlakukan sesuai dengan standar profesionalitas dan etika penelitian. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas para responden dengan sebaik-baiknya.

Atas perhatian dan bantuannya, saya ucapkan banyak terimakasih kepada teman-teman, bapak, dan ibu responden yang telah bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

**A. Karakteristik Responden**

1. Bank Syariah Yang Digunakan
  - a. Bank Syariah Indonesia (BSI)
  - b. Bank Muamalat
  - c. Bank Mega Syariah
  - d. Bank Syariah Lainnya
2. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
3. Usia

- a. 18 - 24
  - b. 25 - 30
  - c. 31 - 35
  - d. 36 - 40
  - e. > 40
4. Pekerjaan
- a. Pelajar / Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Wirausaha
  - e. Ibu Rumah Tangga
  - f. Yang lain:
5. Pendapatan Per Bulan
- a. < 3 juta
  - b. > 3 juta - 5 juta
  - c. > 5 juta - 10 juta
  - d. > 10 juta
6. Pendidikan Terakhir
- a. SMP
  - b. SMA/Sederajat
  - c. Sarjana/Diploma
  - d. Magister
  - e. Doktor
7. Tempat Tinggal
- a. DKI Jakarta
  - b. Luar Jakarta

**Persepsi Faktor sosial (X1)**

| No | Pertanyaan                                                                                    | SS | S | N | TS | STS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Orang - orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan mobile banking Bank Syariah |    |   |   |    |     |

|   |                                                                                                                     |  |  |  |  |  |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 2 | Orang - orang yang memengaruhi keputusan saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan mobile banking Bank Syariah |  |  |  |  |  |
| 3 | Keluarga/ teman saya mendukung penggunaan mobile banking Bank Syariah                                               |  |  |  |  |  |
| 4 | Keluarga/ teman saya mendukung penggunaan mobile banking Bank Syariah                                               |  |  |  |  |  |

### Persepsi Keamanan (X2)

| No | Pertanyaan                                                                                         | SS | S | N | TS | STS |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Saya merasa transaksi menggunakan mobile banking Bank Syariah berlangsung dengan aman.             |    |   |   |    |     |
| 2  | Saya yakin informasi pribadi saya terlindungi saat menggunakan mobile banking Bank Syariah.        |    |   |   |    |     |
| 3  | Saya yakin data transaksi saya tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang.                |    |   |   |    |     |
| 4  | Saya percaya sistem keamanan mobile banking Bank Syariah mampu melindungi data dan transaksi saya. |    |   |   |    |     |

### Persepsi Kemudahan (X3)

| No | Pertanyaan                                                                  | SS | S | N | TS | STS |
|----|-----------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Mobile banking Bank Syariah mudah dipelajari.                               |    |   |   |    |     |
| 2  | Interaksi saya dengan mobile banking Bank Syariah jelas dan mudah dipahami. |    |   |   |    |     |
| 3  | Mobile banking Bank Syariah mudah digunakan.                                |    |   |   |    |     |
| 4  | Saya mudah menjadi terampil dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah.  |    |   |   |    |     |

### Minat Menggunakan (Y)

| No | Pertanyaan                                                              | SS | S | N | TS | STS |
|----|-------------------------------------------------------------------------|----|---|---|----|-----|
| 1  | Saya berniat menggunakan mobile banking Bank Syariah dalam waktu dekat. |    |   |   |    |     |
| 2  | Saya berencana menggunakan mobile banking Bank Syariah secara rutin.    |    |   |   |    |     |

|   |                                                                                          |  |  |  |  |  |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 3 | Saya memperkirakan akan terus menggunakan mobile banking Bank Syariah di masa mendatang. |  |  |  |  |  |
| 4 | Saya akan lebih sering menggunakan mobile banking Bank Syariah pada masa mendatang.      |  |  |  |  |  |

## LAMPIRAN 2 Output Microsoft Excel

| Bank Yang Digunakan          | Jumlah Responden | Persentase |
|------------------------------|------------------|------------|
| Bank Syariah Indonesia (BSI) | 76               | 76%        |
| Bank Muamalat                | 6                | 6%         |
| Bank Mega Syariah            | 1                | 1%         |
| Bank Syariah Lainnya         | 17               | 17%        |

|        |     |      |
|--------|-----|------|
| Jumlah | 100 | 100% |
|--------|-----|------|

| Usia          | Jumlah Responden | Persentase  |
|---------------|------------------|-------------|
| 18 - 24       | 23               | 23%         |
| 25 - 30       | 14               | 14%         |
| 31 - 35       | 6                | 6%          |
| 36 - 40       | 21               | 21%         |
| > 40          | 36               | 36%         |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

| Pekerjaan         | Jumlah Responden | Persentase  |
|-------------------|------------------|-------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 12               | 12%         |
| Pegawai Negeri    | 7                | 7%          |
| Pegawai Swasta    | 25               | 25%         |
| Wirausaha         | 12               | 12%         |
| Ibu Rumah Tangga  | 37               | 37%         |
| Lainnya           | 7                | 7%          |
| <b>Jumlah</b>     | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

| Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase  |
|---------------|------------------|-------------|
| Pria          | 19               | 19%         |
| Wanita        | 81               | 81%         |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

| Pendapatan Per Bulan | Jumlah Responden | Persentase  |
|----------------------|------------------|-------------|
| < 3 juta             | 29               | 29%         |
| > 3 juta - 5 juta    | 26               | 26%         |
| > 5 juta - 10 juta   | 19               | 19%         |
| > 10 juta            | 26               | 26%         |
| <b>Jumlah</b>        | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

| Pendidikan Terakhir | Jumlah Responden | Persentase  |
|---------------------|------------------|-------------|
| SMP                 | 3                | 3%          |
| SMA/Sederajat       | 34               | 34%         |
| Sarjana/Diploma     | 58               | 58%         |
| Magister            | 5                | 5%          |
| Dokter              | 0                | 0%          |
| <b>Jumlah</b>       | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

| Tempat Tinggal | Jumlah Responden | Persentase  |
|----------------|------------------|-------------|
| DKI Jakarta    | 65               | 65%         |
| Luar Jakarta   | 35               | 35%         |
| <b>Jumlah</b>  | <b>100</b>       | <b>100%</b> |

### LAMPIRAN 3 Output SPSS

#### Uji Validitas

| Variabel      | Pertanyaan                                                                                                         | r Hitung | r Tabel | Hasil |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-------|
| Faktor Sosial | Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya menggunakan mobile banking Bank Syariah.                       | 0,766    | 0,1966  | Valid |
|               | Orang-orang yang memengaruhi keputusan saya berpikir bahwa saya sebaiknya menggunakan mobile banking Bank Syariah. | 0,812    | 0,1966  | Valid |
|               | Keluarga atau teman saya mendukung penggunaan mobile banking Bank Syariah.                                         | 0,729    | 0,1966  | Valid |
|               | Lingkungan di sekitar saya mendorong saya menggunakan mobile banking Bank Syariah.                                 | 0,723    | 0,1966  | Valid |
| Keamanan      | Saya merasa transaksi menggunakan mobile banking Bank Syariah berlangsung dengan aman.                             | 0,778    | 0,1966  | Valid |
|               | Saya yakin informasi pribadi saya terlindungi saat menggunakan mobile banking Bank Syariah.                        | 0,749    | 0,1966  | Valid |
|               | Saya yakin data transaksi saya tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berwenang.                                | 0,796    | 0,1966  | Valid |
|               | Saya percaya sistem keamanan mobile banking Bank Syariah                                                           | 0,805    | 0,1966  | Valid |

|           |                                                                                          |       |        |       |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|
|           | mampu melindungi data dan transaksi saya                                                 |       |        |       |
| Kemudahan | Mobile banking Bank Syariah mudah dipelajari.                                            | 0,745 | 0,1966 | Valid |
|           | Interaksi saya dengan mobile banking Bank Syariah jelas dan mudah dipahami.              | 0,712 | 0,1966 | Valid |
|           | Mobile banking Bank Syariah mudah digunakan.                                             | 0,759 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya mudah menjadi terampil dalam menggunakan mobile banking Bank Syariah.               | 0,777 | 0,1966 | Valid |
| Minat     | Saya berniat menggunakan mobile banking Bank Syariah dalam waktu dekat.                  | 0,752 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya berencana menggunakan mobile banking Bank Syariah secara rutin.                     | 0,821 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya memperkirakan akan terus menggunakan mobile banking Bank Syariah di masa mendatang. | 0,757 | 0,1966 | Valid |
|           | Saya akan lebih sering menggunakan mobile banking Bank Syariah pada masa mendatang.      | 0,833 | 0,1966 | Valid |

### Uji Reliabilitas

| Variabel      | <i>Cronbach's Alpha</i> | <i>N of Items</i> | Hasil    |
|---------------|-------------------------|-------------------|----------|
| Faktor Sosial | 0,905                   | 4                 | Reliabel |
| Keamanan      | 0,904                   | 4                 | Reliabel |
| Kemudahan     | 0,919                   | 4                 | Reliabel |
| Minat         | 0,933                   | 4                 | Reliabel |

### Uji Asumsi Klasik

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|----------------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                        |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup>      | Mean           | .0000000                |
|                                        | Std. Deviation | 2.15584160              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | .082                    |
|                                        | Positive       | .082                    |
|                                        | Negative       | -.074                   |
| Test Statistic                         |                | .082                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | .097 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

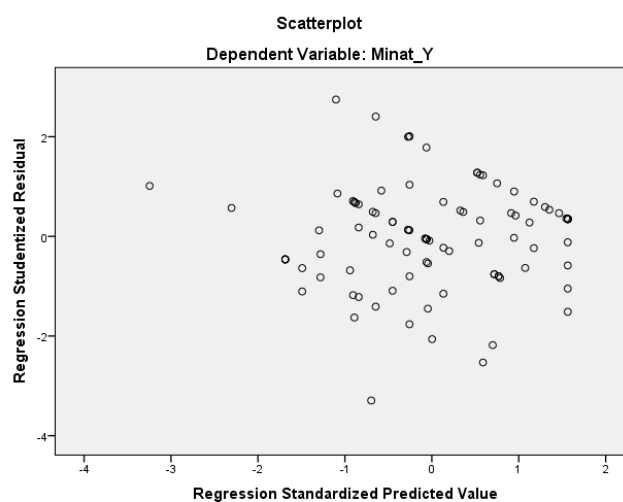
### Uji Multikolinearitas

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

| Model |                  | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------------|-------------------------|-------|
|       |                  | Tolerance               | VIF   |
| 1     | Faktor_Sosial_X1 | .570                    | 1.754 |
|       | Keamanan_X2      | .344                    | 2.908 |
|       | Kemudahan_X3     | .423                    | 2.366 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

### Uji Heteroskedastitas (*Scatterplot*)



### Uji Heteroskedastitas (Uji Gletser)

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

| Model |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant)       | 3.252                       | 1.155      |                           | 2.815  | .006 |
|       | Faktor_Sosial_X1 | -.134                       | .070       | -.252                     | -1.902 | .060 |
|       | Keamanan_X2      | .085                        | .106       | .138                      | .807   | .422 |
|       | Kemudahan_X3     | .009                        | .102       | .013                      | .084   | .933 |

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)     | 3.588                       | 1.535      |                           | 2.337 | .022 |
| Faktor_Sosial_X1 | .376                        | .093       | .406                      | 4.029 | .000 |
| Keamanan_X2      | .032                        | .140       | .030                      | .229  | .820 |
| Kemudahan_X3     | .375                        | .135       | .325                      | 2.778 | .007 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

### Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

| Model            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)     | 3.588                       | 1.535      |                           | 2.337 | .022 |
| Faktor_Sosial_X1 | .376                        | .093       | .406                      | 4.029 | .000 |
| Keamanan_X2      | .032                        | .140       | .030                      | .229  | .820 |
| Kemudahan_X3     | .375                        | .135       | .325                      | 2.778 | .007 |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

### Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 368.122        | 3  | 122.707     | 25.602 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 460.118        | 96 | 4.793       |        |                   |
|       | Total      | 828.240        | 99 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Minat\_Y

b. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Faktor\_Sosial\_X1, Keamanan\_X2

### Uji Koefisien Determinasi R2

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .667 <sup>a</sup> | .444     | .427              | 2.189                      |

a. Predictors: (Constant), Kemudahan\_X3, Faktor\_Sosial\_X1, Keamanan\_X2