

**PENGARUH KREDIBILITAS BANK, PERSEPSI KEMANFAATAN
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN APLIKASI PERBANKAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
LAYANAN BSI *MOBILE* DI BSI KCP
PONOROGO SOETTA**

SKRIPSI



Oleh:

Nur Hayati

NIM 402190073

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

**PENGARUH KREDIBILITAS BANK, PERSEPSI KEMANFAATAN
DAN PERSEPSI KEMUDAHAN APLIKASI PERBANKAN
TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN
LAYANAN BSI *MOBILE* DI BSI KCP
PONOROGO SOETTA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Strata Satu (S-1)



Oleh:

Nur Hayati

NIM 402190073

Pembimbing:

Ajeng Pipit Fitriani, M.S.A.

NIP. 199006102020122018

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2023

ABSTRAK

Hayati, Nur. 2023. *Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta*. Skripsi. Jurusan Perbankan Syariah, FEBI, IAIN Ponorogo. Program Sarjana S-1. Pembimbing Ajeng Pipit Fitriani, M.S.A.

Kata Kunci: Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, Minat Nasabah

Minat nasabah merupakan keinginan untuk mencoba produk dan timbul ketertarikan untuk menggunakan dan memiliki produk. Minat nasabah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan. Kredibilitas bank adalah bentuk kepercayaan nasabah terhadap perbankan, perilaku seseorang yang percaya transaksi dan privasi mereka dijaga dengan aman oleh perbankan. Persepsi kemanfaatan adalah pandangan subjektif seseorang jika dalam menggunakan suatu teknologi informasi dapat meningkatkan kinerjanya. Persepsi kemudahan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem sebagai sesuatu yang tidak memerlukan banyak usaha.

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuisioner. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta yang jumlahnya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow dengan 100 responden sebagai sampel penelitian. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL SKRIPSI
1	Nur Hayati	402190073	Perbankan Syariah	Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah


Muhtadin Amri, M.S.Ak
NIP 198907102018011001

Menyetujui,


Ajeng Pipit Fitriani, M.S.A.
NIP 199006102020122018



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Nama : Nur Hayati

NIM : 402190073

Jurusan : Perbankan Syariah

Telah diujikan dalam sidang Ujian Skripsi oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji:

Ketua Sidang

Ridho Rokamah, S.Ag., M.SI

NIP 197412111999032002

Penguji I

Mansur Azis, M.S.I

NIDN 2024068601

Penguji II

Ajeng Pipit Fitriani, M.S.A.

NIP 199006102020122018

:
(.....)
:
(.....)
:
(.....)

Ponorogo, 19 Mei 2023

Mengesahkan,

Dekan FEBI IAIN Ponorogo


Dr. H. Lutfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

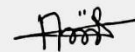
Nama : Nur Hayati
NIM : 402190073
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi/Tesis : Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di **etheses.iainponorogo.ac.id**. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 23 Mei 2023

Penulis



Nur Hayati

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Nur Hayati

NIM : 402190073

Jurusan : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH KREDIBILITAS BANK, PERSEPSI KEMANFAATAN DAN
PERSEPSI KEMUDAHAN APLIKASI PERBANKAN TERHADAP MINAT
NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN BSI *MOBILE* DI BANK
SYARIAH INDONESIA KCP PONOROGO SOETTA

Skripsi secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 2 Mei 2023

Pembuat Pernyataan,



Nur Hayati

NIM 402190073

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II. LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori	12
B. Studi Penelitian Terdahulu	23
C. Kerangka Berfikir.....	33
D. Hipotesis	34
BAB III. METODE PENELITIAN	39
A. Rancangan Penelitian	39
B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	40
C. Lokasi Penelitian dan Periode Penelitian	43

D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Jenis dan Sumber Data	46
F. Metode Pengumpulan Data	46
G. Instrumen Penelitian.....	49
H. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	49
BAB IV. PEMBAHASAN DAN ANALISA DATA.....	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)	63
C. Hasil Pengujian Deskriptif	68
D. Hasil Pengujian Hipotesis.....	73
E. Pembahasan	89
1. Pengaruh Kredibilitas Bank Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	89
2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> Di BSI KCP Ponorogo Soetta	91
3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> Di BSI KCP Ponorogo Soetta	93
4. Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI <i>Mobile</i> Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta	95
BAB V. PENUTUP.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	105
RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Operasional Variabel Penelitian	41
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kredibilitas Bank	64
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Persepsi Kemanfaatan	64
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan	65
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Minat Nasabah	65
Tabel 4.5	Hasil Uji Reliabilitas Kredibilitas Bank	66
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemanfaatan	67
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan	67
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah	68
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Statistik Deskriptif	72
Tabel 4.13	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	74
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.16	Hasil Uji Autokorelasi	78
Tabel 4.17	Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Ganda	80
Tabel 4.18	Hasil Uji t X1 terhadap Y	84
Tabel 4.19	Hasil Uji t X2 terhadap Y	85
Tabel 4.20	Hasil uji t X3 terhadap Y	85
Tabel 4.21	Hasil Uji F	87
Tabel 4.22	Hasil Uji Koefisien Determinasi X1,X2 dan X3 Terhadap Y	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir	33
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	105
Lampiran 2	Hasil Turnitin	109



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia teknologi kini semakin pesat. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, jumlah pengguna internet juga meningkat di seluruh dunia. Teknologi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Teknologi informasi telah membantu banyak kalangan untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. Sekarang semua proses ditangani secara online seperti beli barang tanpa harus datang ke toko. Hanya bermodalkan handphone dan internet, Anda bisa memilih barang sesuai kebutuhan, mulai dari sembako, fashion, bayar listrik, bayar pulsa hingga bayar tiket. Proses pembayarannya sendiri juga sangat mudah, cukup transfer jumlah pembelian dan barang akan langsung diantar ke lokasi. Perkembangan teknologi informasi berdampak di bidang pendidikan, bisnis, kesehatan, dan perbankan.¹

Dunia perbankan telah melakukan inovasi layanan berbasis internet untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi yaitu *mobile banking*. Inovasi layanan ini harus diseimbangkan dengan minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Bank syariah memanfaatkan teknologi dan telekomunikasi sebagai salah satu aktivitas perbankan salah satu contohnya pada BSI yaitu dengan adanya aplikasi BSI *Mobile*.² BSI *Mobile* merupakan

¹ Mohammad Aldrin Akbar, *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital* (Yayasan Kita Menulis, 2020), 8.

² Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Pranada Media Group, 2011), 193.

salah satu inovasi jasa perbankan yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia supaya nasabah bisa bertransaksi setiap waktu dan tidak perlu datang langsung ke bank yang bersangkutan. Pelayanan *BSI Mobile* menimbulkan dampak yang positif terhadap perkembangan usaha perbankan syariah. Minat menggunakan merupakan hal yang paling pokok bagi suatu perbankan karena menunjukkan kegiatan nasabah untuk menggunakan suatu produk pada waktu yang akan datang.³ Untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile* perbankan syariah harus memiliki keunggulan dalam memberikan fasilitas teknologi informasi dan memberikan layanan yang baik. Layanan yang baik tersebut dilakukan untuk membentuk sikap positif nasabah terhadap perusahaan dan niat untuk tetap menggunakan layanan *BSI Mobile*. Minat nasabah dalam menggunakan layanan *BSI Mobile* dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain kredibilitas bank, persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, kenyamanan, ketersediaan fitur, dan lain-lain.⁴

Kredibilitas bank adalah bentuk kepercayaan dari nasabah terhadap bank. Nasabah mempercayai segala transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman oleh perbankan. Perbankan juga memberikan keamanan dan privasi terhadap segala data nasabah dari tindak kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. Persepsi kemanfaatan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan *BSI Mobile* dipercaya akan memberikan manfaat bagi orang yang

³ Tania Aggraeni, "Pengaruh Sosial, Kredibilitas Bank, Dan Harapan Kinerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank CIMB Niaga Di Surabaya," *Surabaya: STIE Perbanas*, 2016, 2.

⁴ Dika Vivi Widyanti, "Dika Vivi Widyanti, Pengaruh Kredibilitas Perbankan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Jasa Perbankan. *Journal Of Management*, Volume 2 No. 2 Maret 2016.," *Journal Of Management* Volume 2 No. 2 (Maret 2016).

menggunakannya. Disamping itu faktor persepsi kemudahan *BSI Mobile* untuk bertransaksi maka nasabah akan cenderung menggunakan layanan *BSI Mobile*. *BSI Mobile* bertujuan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, memenuhi kegiatan pasar, memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Ada beberapa layanan yang bisa digunakan nasabah dalam *BSI Mobile* antara lain untuk melihat informasi rekening, transfer, pembayaran, pembelian, tarik tunai, kliring, pembukaan rekening, penutupan rekening, dan transaksi non-finansial lainnya yang penting ada koneksi internet.⁵

Penggunaan layanan *BSI Mobile* dinilai menguntungkan bagi perbankan dan juga nasabah. Layanan ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan mereka kapan saja dan dimana saja. Meskipun *BSI Mobile* memberikan keuntungan untuk nasabah, namun pada kenyataannya layanan *BSI Mobile* jarang digunakan oleh nasabah. Nasabah lebih sering transaksi lewat mesin ATM atau langsung datang ke kantor BSI. Banyak nasabah yang sudah mempunyai aplikasi *BSI Mobile* namun tidak pernah memanfaatkannya, karena pengoperasian sistem yang kadang terkesan sulit dan tidak semua orang paham dengan cara penggunaannya. Nasabah tidak mendapat informasi secara detail mengenai kualitas produk, sehingga seringkali nasabah memiliki keragu-raguan untuk melakukan transaksi online lewat *BSI Mobile*. Dengan tidak adanya interaksi fisik antara pegawai bank dengan

⁵ Wahyu Agus Winarno, "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)," *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* Volume IV (1) (2017): 24.

nasabah akan menyebabkan nasabah tidak percaya terhadap BSI *Mobile*. Ketidakpercayaan tersebut menimbulkan rasa takut nasabah untuk menggunakan BSI *Mobile*.⁶

Berdasarkan wawancara dengan ibu Nabila selaku *teller* di bank BSI KCP Ponorogo Soetta, nasabah bisa menggunakan aplikasi BSI *Mobile* yang sudah lengkap fiturnya dan canggih, akan tetapi ada nasabah yang kurang berminat dan kurang puas dalam penggunaan layanan BSI *Mobile* atau bahkan tidak berminat untuk menginstal aplikasi BSI *Mobile*. Beliau juga mengatakan bahwa menggunakan BSI *Mobile* juga memiliki resiko dalam penggunaannya. Nasabah merasa khawatir ketika menggunakan BSI *Mobile* karena tidak bertemu langsung dengan pegawai bank dan karena isu-isu yang berkembang tentang kredibilitas bank dalam keamanan dan privasi dari BSI *Mobile* itu sendiri.⁷ Berdasarkan hasil wawancara dengan nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta yaitu bapak Alif, beliau belum merasakan kemudahan dari aplikasi BSI *Mobile* karena BSI *Mobile* ketika diakses sering error dan ketika melakukan transfer terlalu malam muncul layanan tidak tersedia dan beliau menunda transfer atau memilih untuk pergi ke ATM.⁸ Berdasarkan wawancara dengan saudara Mita, beliau mengatakan bahwa fitur yang ada di layanan BSI *Mobile* sudah bagus tapi ada beberapa layanan yang masih belum disediakan oleh BSI *Mobile*, dikarenakan beliau belum bisa memenuhi keinginannya seperti halnya pada saat akan melakukan transaksi pembelian pulsa lewat aplikasi BSI *Mobile*

⁶ Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Indonesia, 2014), 64.

⁷ Nabila, Wawancara, 21 November 2022

⁸ Alif, Wawancara, 21 November 2022

dengan nominal 10.000 tetapi di aplikasi hanya tersedia mulai dari nominal 15.000 ke atas sehingga manfaat dan kemudahan aplikasi BSI *Mobile* belum bisa dirasakan dan membuat nasabah tidak melakukan transaksi di aplikasi BSI *Mobile* dan memilih melakukan pembelian di layanan yang lain.⁹

Penelitian terdahulu yang membahas tentang pengaruh kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* sudah banyak dilakukan tetapi terdapat perbedaan waktu, tempat sampel, dan lain-lain. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Uun Farida dan Zaki Baridwan, dari penelitian tersebut variabel yang digunakan adalah kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), persepsi keyakinan (X3), persepsi kredibilitas (X4), dan minat (variabel Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan dan persepsi kredibilitas berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan perbankan elektronik. Melawan konstruk persepsi kemudahan, persepsi keyakinan dan kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan perbankan elektronik.¹⁰ Selain itu ada juga penelitian yang dilakukan oleh Syukron Amrullah, dari penelitian tersebut variabel yang digunakan adalah persepsi kemudahan penggunaan (X1), risiko (variabel X2), dan minat nasabah (variabel Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile* dan risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI

⁹ Mita, Wawancara, 1 Desember 2022

¹⁰ Uun Farida dan Zaki Baridwan, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking," *Skripsi*, 2021.

Mobile.¹¹ Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terdapat perbedaan hasil penelitian. Perbedaannya dalam penelitian ini terdapat pada variabel yang digunakan selanjutnya, yaitu penambahan dalam variabel yang digunakan.

Dalam penelitian ini menggunakan variabel kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan sebagai variabel *independent* (X) dan minat nasabah sebagai variabel *dependent* (Y). Periode waktu yang diteliti juga menjadi perbedaan dalam penelitian yang dilakukan. Selain itu pemilihan objek nasabah BSI KCP Ponorogo Soetta juga menjadi perbedaan dengan penelitian terdahulu. Adapun alasan memilih BSI KCP Ponorogo Soetta sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup tinggi. Produk dan pelayanannya tidak kalah saing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta mampu bersaing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo, baik itu produknya maupun layanan yang ada di BSI KCP Ponorogo Soetta. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul skripsi “Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan

¹¹ Syukron Amrullah, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile,” *Skripsi. IAIN Madura*, 2021.

Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disajikan pada latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kredibilitas bank berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta?
2. Apakah persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta?
3. Apakah persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta?
4. Apakah kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas, penulis bermaksud untuk memperoleh data dan segala informasi yang berkaitan

dengan permasalahan sehingga dapat dicapai tujuan dari penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kredibilitas bank terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemaudahan aplikasi perbankan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
4. Untuk mengetahui pengaruh kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan mengenai kajian lembaga keuangan syariah pada umumnya dan memperluas wawasan dalam bidang ilmu perbankan

syariah serta sebagai bahan masukan sekaligus tambahan literatur kepustakaan, dikhususnya untuk jenis penelitian kuantitatif berkaitan dengan pengaruh kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan kemudahan aplikasi perbankan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, dan menambah wawasan serta pengetahuan ataupun bisa digunakan sebagai referensi terutama bagi mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo khususnya Program Studi Perbankan Syariah.

b. Bagi Lembaga Perbankan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu ekonomi Islam, dan dapat menambah kajian teori yang telah ada, dalam rangka perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Serta digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi lembaga perbankan syariah dalam memberikan suatu kebijakan, arahan, serta bimbingan kepada nasabah yang bertujuan untuk lebih meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI.

c. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru tentang kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan serta persepsi kemudahan

aplikasi perbankan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah uraian secara singkat mengenai hal-hal yang akan ditulis secara sistematis agar mudah dipahami oleh pembaca. Penyusunan penelitian ini akan disajikan dalam sistematika pembahasan yang terdiri atas lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI Bab ini membahas tentang telaah pustaka yang berisi pemaparan penelitian terdahulu serta posisi peneliti terkini. Selain itu bab ini juga membahas kerangka teori yang merupakan bangunan teori sebagai landasan penguat untuk menganalisis hasil penelitian. Kerangka penelitian yang menggambarkan model penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, instrumen penelitian, teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV ANALISA DATA Bab ini membahas tentang deskripsi objek yang diteliti dan analisis data. Dalam bagian ini akan membahas hasil dari pengujian instrument penelitian untuk mengetahui hasil dari penelitian.

BAB V PENUTUP Bab ini berisi kesimpulan yang menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran merupakan himbauan kepada pembaca dan instansi terkait agar penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber pengetahuan yang bermanfaat serta dapat digunakan sebagai bahan kajian peneliti selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Minat Nasabah

a. Pengertian Minat

Minat menurut Elizabeth B. Hurlock merupakan sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka akan merasa berminat, apabila kepuasan berkurang minatpun berkurang.¹² Andi Maprare menyatakan bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka atau kecenderungan dan gairah yang tinggi terhadap sesuatu. Secara sederhana, minat berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu.¹³

Minat adalah kecenderungan perilaku seseorang untuk mempelajari atau menggunakan teknologi. Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat diprediksi dari sikap dan perhatiannya tersebut. Motivasi untuk tetap menggunakan teknologi tersebut, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain.¹⁴

¹² Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Erlangga, 1978), 114.

¹³ Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 151.

¹⁴ Hendra Iskandar, "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology," *MIS Quarterly* . Vol. 13 No. 3 (Probolinggo: Universitas Panca Marga), 2016, 19.

Berdasarkan teori Kotler, minat perilaku merupakan tingkat seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima stimulus dari produk yang diketahuinya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.¹⁵

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) faktor merupakan hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.¹⁶

Faktor – faktor yang mempengaruhi minat antara lain :¹⁷

1. Faktor Marketing Mix

Pengertian marketing mix adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Keputusan-keputusan dalam pemasaran dapat di kelompokkan dalam beberapa bauran,

¹⁵ Thomas C Kinnear & James R Taylor, *Riset Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2003)

¹⁶ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), <https://kbbi.web.id/faktor>, di akses 14 Desember 2022.

¹⁷ Roni Andespa, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah”, *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, 45.

diantaranya:

- a) Produk
- b) Harga
- c) Distribusi
- d) Promosi

2. Faktor Budaya

Faktor budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar serta memiliki cakupan yang lebih luas mempengaruhi perilaku konsumen.

3. Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan Pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis serta anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

Faktor sosial meliputi:

- a) Kelompok Acuan
- b) Keluarga
- c) Peran dan Status

4. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh karakteristik pribadi yang terdiri dari:

- a) Usia dan tahap siklus hidup
- b) Gaya hidup
- c) Kepribadian dan konsep diri

5. Faktor Psikologis

Empat faktor psikologis yang mempengaruhi pembelian konsumen antara lain :

a) Motivasi

Motivasi konsumen merupakan suatu kebutuhan yang cukup besar dalam mendorong konsumen untuk bertindak.

b) Persepsi

Menurut Kotler dan Armstrong, persepsi merupakan proses yang digunakan seorang individu untuk memilih mengorganisasi dan menginterpretasi masukan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.¹⁸

c) Pembelajaran

Pembelajaran menurut Kotler dan Armstrong merupakan perubahan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.¹⁹

d) Keyakinan dan sikap

Menurut Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa keyakinan merupakan suatu gambaran pikiran yang dianut seseorang tentang sesuatu hal. Sedangkan sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional dan kecenderungan tindakan

¹⁸ Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2011)

yang menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek.²⁰

c. Tahapan Minat

Tahapan minat terdiri dari 3 kategori, yaitu:

a) *Courtship*

Pada tahap ini terjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan yang terbatas pada transaksi, dan masih mempertimbangkan harga. Apabila penawaran harga produk yang ditawarkan pesaing lebih baik maka mereka akan berpindah.

b) *Relationship*

Pada tahap ini terjadi hubungan erat antara perusahaan dan pelanggan, minat yang terbentuk karena pertimbangan harga dan produk walaupun tidak ada jaminan konsumen akan melihat produk dari pesaing, dan dalam tahap ini terjadi sikap ketergantungan dari kedua belah pihak.

c) *Marriage*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan jangka panjang yang mengindikasikan kedua belah pihak tidak dapat dipisahkan. Sehingga minat dalam menggunakan suatu produk sulit di elakkan.²¹

²⁰ Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran, Edisi 1* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2011)

²¹ Risma Afifah, "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan, Ketersediaan Fitur Terhadap Mobile Banking Bank Mandiri," *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017, 27.

d. Indikator Minat

Suatu minat menggunakan suatu hal penting bagi perusahaan, sehingga ada beberapa indikator penting yang dapat mempengaruhi minat. Berikut indikator minat yaitu:

a) Berencana Menggunakan

Minat dalam hal ini mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian suatu barang atau jasa suatu perusahaan yang di pilih.

b) Terus Menggunakan (Komitmen Merek)

Konsumen yang setia terhadap suatu merek atau produk dari perusahaan tertentu cenderung terikat pada merek atau perusahaan tersebut dan akan kembali membeli produk yang sama lagi di perusahaan tersebut sekalipun tersedia alternatif lainnya.²²

2. Kredibilitas Bank

a. Pengertian Kredibilitas Bank

Menurut Keller dan Aaker, kredibilitas adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, dimana perusahaan memiliki pengetahuan, pengalaman dan kemampuan dalam memproduksi produk dan memberikan pelayanan yang dapat

²² Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), 104.

memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan.²³ Dari pendapat pakar, menjelaskan bahwa kredibilitas merupakan aset mendasar bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Perusahaan harus memiliki pengetahuan, pengalaman dan kemampuan yang memadai agar dapat dipercaya dan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kredibilitas merupakan bagian dari konsep kepercayaan (*trust*) dan merupakan sub proses dari reputasi perusahaan. Kredibilitas serupa dengan reputasi, citra, gengsi dan identitas perusahaan.²⁴ Kredibilitas bank adalah bentuk kepercayaan dari nasabah terhadap bank. Perilaku seseorang yang percaya transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman oleh perbankan.

b. Dimensi dan Indikator Kredibilitas Bank

Dimensi kredibilitas dibagi menjadi 4 yaitu:

- a) Kepercayaan (*trustworthiness*), perusahaan memiliki kejujuran, etika, moral, kepercayaan, reputasi, dan pengakuan dari berbagai pihak.
- b) Keahlian (*expertise*), perusahaan memiliki pengetahuan, pengalaman, keahlian dan kemampuan berkomunikasi.

²³ Keller & Aaker, The Impact of Corporate Marketing on a Company's Brand Extensions, *Corporate Reputation Review*, 1(4), 1998, 356-378.

²⁴ Naufal Bachri, *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021), 15-17.

- c) Ketertarikan (*attractiveness*), perusahaan memiliki daya tarik tersendiri seperti memiliki opini yang baik, memahami situasi, memahami konsumen, dan saling berbagi.
- d) Relevansi (*relevance*), perusahaan terlibat dalam menyelesaikan isu-isu sosial yang terkini.²⁵

Terdapat 3 (tiga) komponen kredibilitas, yaitu:

- a) Keandalan (*reliability*) adalah tingkat dimana suatu objek dipertimbangkan menjadi suatu sumber informasi, produk dan jasa yang jujur.
- b) Keahlian (*expertise*) adalah tingkat dimana suatu objek memiliki pengetahuan dan keterampilan yang relevan.
- c) Daya tarik (*attractiveness*) adalah tingkat dimana suatu objek dinilai oleh tingkah laku yang simpatik, ambisi, kecerdasan dan karakteristik lainnya.²⁶

3. Persepsi Kemanfaatan

a. Pengertian Persepsi Kemanfaatan

Persepsi kemanfaatan menurut Venkatesh adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.²⁷ Individu yang merasa semakin mudah

²⁵ Naufal Bachri, *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021), 15–17.

²⁶ Ibid., 19

²⁷ Venkatesh & Davis, *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204.

menggunakan internet, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut.

Menurut Davis dalam Joan dan Sitinjak menyatakan bahwa persepsi kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*) didefinisikan sebagai pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar penggunaan sebuah sistem dapat meningkatkan performa kinerjanya. Berdasarkan definisi tersebut, dapat diartikan bahwa memanfaatkan suatu sistem teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja penggunanya dan pengguna akan memanfaatkan sistem teknologi informasi tersebut apabila terbukti bermanfaat dalam pekerjaannya. Persepsi kebermanfaatan merupakan suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.²⁸ Semakin besar manfaat yang diperoleh, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut.

b. Indikator Persepsi Kemanfaatan

Dimensi persepsi kebermanfaatan dibagi menjadi 4 yaitu sebagai berikut:

a) *Effectiveness* (Efektifitas)

Effectiveness adalah persepsi yang menunjukkan adanya penghematan waktu dari penggunaan website atau sebuah sistem.

²⁸ Fitri Imandari, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning," *Artikel Universitas Brawijaya*, t.t.

b) *Accomplish faster* (Mencapai lebih cepat)

Accomplish faster adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan adanya sebuah sistem.

c) *Useful* (Berguna)

Useful adalah dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna bagi kegiatan seorang individu, terutama mengenai permasalahan menyangkut sebuah hal yang berkaitan dengan perusahaan.

d) *Advantageous* (Menguntungkan)

Advantageous adalah keuntungan-keuntungan dari penggunaan sebuah sistem bagi seorang individu.²⁹

4. Persepsi kemudahan

a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Berdasarkan teori TAM yang dikemukakan oleh Davis, persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana pengguna mengharapkan sistem bebas tantangan dalam pemanfaatannya dan mengacu pada perasaan seseorang tentang jumlah upaya fisik dan mental untuk menggunakan sistem tertentu. Menurut Venkatesh dan Davis, persepsi kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang

²⁹ Fitri Imandari, “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning,” *Artikel Universitas Brawijaya*, t.t.

merasa percaya bahwa menggunakan suatu sistem sebagai sesuatu yang tidak memerlukan banyak usaha.³⁰

b. Indikator Persepsi Kemudahan

Dimensi persepsi kemudahan penggunaan dibagi menjadi 4 yaitu sebagai berikut:

a) *Easyness* (Kemudahan operasional)

Easyness adalah kemudahan sebuah sistem untuk digunakan.

b) *Clear and understandable* (Jelas dan dapat dimengerti)

Clear and understandable adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan.

c) *Easy to learn* (Mudah untuk dipelajari)

Easy to learn adalah tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu.

d) *Overall easiness* (Kemudahan berlebih)

Overall easiness adalah tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem.³¹

³⁰ Venkatesh & Davis, *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204.

³¹ Ratna Sari Saras Satu dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)," *jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2019, 8.

B. Studi Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, juga untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam penelitian ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu.

1. Penelitian yang disusun oleh Novianti Dwi Pratiwi dengan judul Analisis Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating. Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking sedangkan kemampuan teknologi informasi, kemudahan, fitur layanan dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking.³²
2. Penelitian yang disusun oleh Rizka Aprillianty dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Kredibilitas Bank (Studi Kasus pada Bank Muamalat Tbk Cabang Kolaka). Skripsi IAIN Kendari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi individu terhadap kredibilitas bank. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif , yaitu proses

³² Novianti Dwi Pratiwi, "Analisis Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan, dan Kredibilitas Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking: Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating", *Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2021.

menemukan pengetahuan dengan menggunakan data yang berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh Persepsi Nasabah terhadap Kredibilitas pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kolaka. Subjek penelitian adalah persepsi nasabah (X) terhadap Kredibilitas pada Bank Muamalat Cabang Kolaka (Y). objek penelitian adalah nasabah Bank Muamalat Kolaka yang dijadikan sampel sebanyak 60 orang. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, uji T dan Koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh persepsi nasabah terhadap kredibilitas bank dapat diartikan bahwa variabel bebas sangat mempengaruhi variabel ikatan. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R) sebesar 0,585 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Persepsi Nasabah) terhadap variabel terikat (Kredibilitas Bank) adalah sebesar 58,5%, sedangkan sisanya yaitu 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar jua regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.³³

3. Penelitian yang disusun oleh Rukma Ningrum dengan judul Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Mega Syariah cabang Palu. Skripsi IAIN Palu. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan sifat asosiatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer

³³ Rizka Aprillianty, "Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Kredibilitas Bank (Studi Pada PT. Bank Muamalat Tbk Cabang Kolaka)", *Skripsi*, IAIN KENDARI, 2021.

dan sekunder. Metode analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis, kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS. Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak ada satupun dari tiga variabel yang diuji secara parsial mempengaruhi minat nasabah menggunakan mobile banking.³⁴

4. Penelitian yang disusun oleh Ahmad Yudin dengan judul Pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan mobile banking terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya. Skripsi: IAIN Palangka Raya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan mobile banking terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25. Berdasarkan hasil analisis, variabel yang sangat berpengaruh dalam menggunakan mobile banking adalah variabel kemudahan.³⁵
5. Penelitian yang disusun oleh Ngizaul Fatul Maulana yang berjudul Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo). Thesis IAIN Ponorogo. Jenis

³⁴ Rukma Ningrum, "Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Mega Syariah cabang Palu, *Skripsi*, IAIN Palu, 2020.

³⁵ Ahmad Yudin, "Pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan mobile banking terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya", *Skripsi*, IAIN Palangka Raya, 2021.

penelitian ini penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana dan berganda, uji ketepatan model, uji hipotesis dan analisis jalur (path analysis).³⁶

6. Penelitian yang disusun oleh Ranti Dwi Lestari dengan judul Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada mobile banking BSI (Bank Syariah Indonesia). Skripsi: UIN Walisongo Semarang. Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan dan menganalisis pengaruh variabel persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas menggunakan mobile banking BSI. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu melalui kuisisioner atau angket dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan mobile banking BSI.³⁷
7. Penelitian yang disusun oleh Devi Ratnaningrum dengan judul Pengaruh manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan mobile banking

³⁶ Ngizaal Fatul Maulana, "Pengaruh Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo)", *Thesis*, IAIN Ponorogo, 2021.

³⁷ Ranti Dwi Lestari, "Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kemanfaatan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada mobile banking BSI (Bank Syariah Indonesia)", *Skripsi*, UIN Walisongo Semarang, 2021.

Bank Syariah Indonesia. Skripsi Universitas Islam 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. Journal Universitas Islam Indonesia. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan smartPLS dengan menggunakan 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 negative signifikan terhadap minat ulang menggunakan mobile banking.³⁸

8. Penelitian yang disusun oleh Nurya Dina Abrilia dengan judul Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan E-wallet pada aplikasi Dana di Surabaya. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN 2337-6078 Volume 8 No. 3 Tahun 2020. Jenis penelitian yang dipakai adalah deskriptif kuantitatif. Penggunaan teknik analisis datanya ialah analisis regresi linier berganda. Pada hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan dan fitur layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

³⁸ Devi Ratnaningrum, "Pengaruh manfaat, kesesuaian, keuntungan, risiko, kepercayaan, kemudahan, dan keamanan terhadap minat ulang nasabah menggunakan mobile banking Bank Syariah Indonesia", *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia, 2022.

menggunakan. Sedangkan secara simultan persepsi kemudahan dan fitur layanan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan dengan persentase 26,6% dan 73,8% dipengaruhi variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian ini.³⁹

9. Penelitian yang disusun oleh Margaretha Oktavia Pranoto dengan judul Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Semarang Pandanaran). Jurnal ISSN No 2302-9315 Vol.8 No 1 Thn VIII Januari 2020. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik uji regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking; (2) persepsi kemudahan berpengaruh negative dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking; (3) keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.⁴⁰
10. Penelitian yang disusun oleh Siti Hotijah (2021) yang berjudul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Elektronik Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia

³⁹ Nurya Dina Abrilia, Pengaruh persepsi kemudahan dan fitur layanan terhadap minat nasabah menggunakan E-wallet pada aplikasi Dana di Surabaya, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) ISSN 2337-6078*, Volume 8 No. 3 Tahun 2020.

⁴⁰ Margaretha Oktavia Pranoto, Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KC Semarang Pandanaran), *Jurnal ISSN No 2302-9315 Vol.8 No 1 Thn VIII Januari 2020*.

Madura). Jurnal ilmiah Universitas Hayam Wuruk Perbanas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kemudahan penggunaan electronic banking, penggunaan perbankan elektronik, dan risiko kepentingan masyarakat dalam menggunakan perbankan elektronik Madura di Bank Syariah Indonesia (BSI). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Analisis data menggunakan a Skala Likert sebagai perhitungan berdasarkan pertanyaan responden pada kuesioner, kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS untuk mendapatkan perhitungan untuk menentukan efek dari variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis variabel dianalisis menggunakan uji t. Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan penggunaan tidak berpengaruh signifikan, sedangkan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan perbankan elektronik.⁴¹

11. Penelitian yang disusun oleh Syukron Amrullah dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile. Penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik uji regresi linear berganda dan memiliki tiga variabel yang terdiri dari dua variabel

⁴¹ Siti Hotijah, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Elektronik Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Madura), *Jurnal ilmiah Universitas Hayam Wuruk Perbanas*, 2021.

independen yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko. Dengan satu variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan BSI mobile. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pertama, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile. Kedua, persepsi risiko tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile.⁴²

12. Penelitian yang disusun oleh Fitria Mella Adestyan dan Ida Rapida dengan judul Pengaruh keamanan, kepuasan, kemudahan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna BSI Net Banking di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*. Jenis penelitian kuantitatif asosiatif, data primer diperoleh melalui kuisisioner data sekunder melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan SPSS 25 untuk uji validitas, uji reliabilitas, uji normalisasi data, analisis korelasi dan regresi, analisis koefisien determinasi, uji t, dan uji F. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa variabel keamanan, kepuasan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Secara simultan keempat variabel tersebut juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.⁴³

⁴² Syukron Amrullah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile", *Skripsi*, 2021.

⁴³ Fitria Mella Adestyan dan Ida Rapida, Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna BSI Net Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung, *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 2022.

13. Penelitian yang disusun oleh Rizky Minggat SA dengan judul Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kredibilitas terhadap Adopsi Internet Banking Cimb Niaga Di Surabaya. Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Perbanas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris bahwa pengetahuan tentang kemudahan, manfaat dan kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap adopsi internet banking CIMB Niaga di Surabaya. Penelitian ini menggunakan data primer. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Metode pemilihan sampel penelitian ini adalah dengan menggunakan metode judgment sampling. Analisis data menggunakan SPSS dan analisis regresi dan analisis statistik. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, manfaat dan pengaruh signifikan positif terhadap kredibilitas internet banking CIMB Niaga di Surabaya.⁴⁴
14. Penelitian yang disusun oleh Galuh Sandhya Pramudita dengan judul Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kredibilitas terhadap minat nasabah penggunaan layanan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Waru Sidoarjo. Tugas akhir D3 thesis, Universitas Ailangga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data yang diperoleh dalam penelitian ini berdasarkan hasil kuisisioner. Hasil dari data penelitian ini dianalisis menggunakan uji t parsial. Hasil penelitian ini adalah persepsi kemanfaatan, persepsi

⁴⁴ Rizky Minggat S.A., "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kredibilitas terhadap Adopsi Internet Banking Cimb Niaga Di Surabaya", *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Perbanas*, 2018.

kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas memberikan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Waru Sidoarjo.⁴⁵

15. Penelitian yang disusun oleh Nadila T Oktapiani sinulingga dengan judul Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kc Medan Adam Malik di masa pandemic covid-19. Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengambilan data dengan wawancara dan menyebar kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.⁴⁶

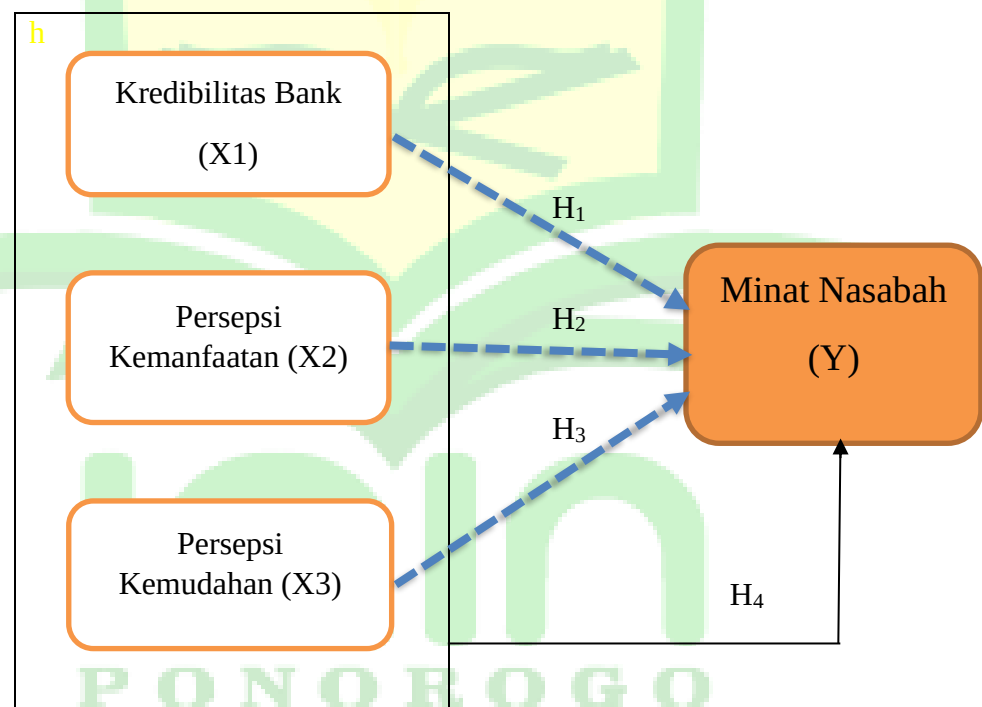
⁴⁵ Galuh Sandhya Pramudita, "Pengaruh persepsi kemanfaatan, kemudahan penggunaan, kredibilitas terhadap minat nasabah penggunaan layanan mobile banking PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Waru Sidoarjo", *Thesis*, Universitas Ailangga, 2020.

⁴⁶ Nadila T Oktapiani sinulingga, "Pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk Kc Medan Adam Malik di masa pandemic covid-19", *Skripsi* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2022.

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori-teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam penelitian ini menggunakan kerangka teoritis.⁴⁷ Kerangka teoritis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti.⁴⁸

Berdasarkan kerangka teori dan tinjauan pustaka, maka hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Keterangan :

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 60.

⁴⁸ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis* (Jakarta: Kencana, 2015), 93.

----- : Secara Parsial
 _____ : Secara Simultan

Gambar 2.1
 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁴⁹ Dengan adanya hipotesis, penelitian ini menjadi jelas arah tujuan penelitiannya dengan kata lain hipotesis dapat membimbing peneliti dalam melakukan penelitian di lapangan. Berdasarkan kerangka penelitian tersebut maka hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

1. Hubungan Kredibilitas Bank dengan Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

Sebuah sistem yang memiliki tingkat kredibilitas tinggi, akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut. Dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank memiliki dua komponen yaitu keamanan dan privasi, merupakan bagian yang sangat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Jadi semakin banyak orang percaya terhadap keamanan dan privasi maka semakin besar niat seseorang dalam menggunakan sistem tersebut. Penelitian yang dilakukan Bondan menjelaskan bahwa keamanan dan ancaman privasi merupakan faktor yang paling dipertimbangkan di dalam dunia perusahaan. Jadi semakin

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 64.

tinggi kredibilitas bank akan mendorong seseorang untuk menggunakan *mobile banking*.⁵⁰ Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizki, menunjukkan bahwa kredibilitas berpengaruh langsung terhadap sikap penggunaan dan berpengaruh tidak langsung terhadap minat penggunaan berulang.⁵¹

H_{01} : kredibilitas bank tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a1} : kredibilitas bank berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

2. Hubungan Persepsi Kemanfaatan dengan Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

Manfaat merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Manfaat juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena dengan adanya manfaat yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat

⁵⁰ Bondan Satrio Kinasih, Pengaruh Persepsi Keamanan dan Privasi Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Online, *Jurnal Siasat Bisnis*, 2016, 16.

⁵¹ Rizki Dwi Istiani, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2017.

penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.⁵² Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devi, menunjukkan bahwa variabel manfaat, kemudahan, kepercayaan, dan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*.⁵³

H₀₂ : persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a2} : persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

3. Hubungan Persepsi Kemudahan dengan Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

Kemudahan merupakan suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi antara konsumen dengan sesuatu yang difasilitasi oleh sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memecahkan suatu permasalahan konsumen. Kemudahan juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena dengan adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat

⁵² Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 139.

⁵³ Devi Ratnaningrum, “Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022.

penggunaan suatu produk. Dengan hal ini maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan.⁵⁴ Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syukron, menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan BSI *Mobile*.⁵⁵

H₀₃ : persepsi kemudahan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a3} : persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

4. Hubungan Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan dengan Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

Kredibilitas bank merupakan sudut pandang nasabah terhadap pengetahuan dan kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang memuaskan. Persepsi kemanfaatan merupakan sudut pandang seseorang terhadap manfaat atas suatu aktivitas. Persepsi kemudahan adalah sudut pandang seseorang terhadap kemudahan dalam melakukan transaksi. Suatu aktivitas dikatakan mudah apabila tidak menyulitkan pelaksanaannya.

⁵⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 139.

⁵⁵ Syukron Amrullah, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI *Mobile*", *Skripsi*, Madura: IAIN Madura, 2021.

Berdasarkan sudut pandang seseorang, suatu aktivitas akan bermanfaat apabila memudahkan konsumen untuk menggunakan serta akan bermanfaat apabila suatu perusahaan memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.⁵⁶ Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nadila, menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.⁵⁷

H₀₄ : kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a4} : kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

⁵⁶ Vera Desy Nurmalia dan Lilis Endang Wijayanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online," *JRMB*, Volume 13, No. 1, Juni 2018, 2018.

⁵⁷ Nadila T Oktapiani Sinulangga, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada PT. BSI TBK KC Medan Adam Malik di Masa Pandemi Covid-19", *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2022.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu pendekatan penelitian bersifat objektif mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.⁵⁸ Metode penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada *filsafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan datanya menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁹

Penelitian ini menggunakan data primer yang didapatkan dan diolah langsung oleh obyeknya melalui wawancara dan penyebaran kuisioner.⁶⁰ Penelitian ini menganalisis Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

⁵⁸ Asep Hermawan dan Husna Leila Yusron, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif* (Jakarta: Kencana, 2017), 6.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 8.

⁶⁰ Andhita Dessy Wulansari, *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016), 6.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶¹ Macam-macam variabel dalam penelitian sebagai berikut:

a) Variabel bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab berubahnya atau timbulnya variabel terikat.⁶² Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah kredibilitas bank (X1), persepsi kemanfaatan (X2) dan persepsi kemudahan (X3).

b) Variabel terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus penelitian.⁶³ Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah minat nasabah (Y).

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 38.

⁶² Sugiyono, 39.

⁶³ Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016), 58.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional variabel ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1.	Kredibilitas Bank (X1)	Kredibilitas bank adalah bentuk kepercayaan dari nasabah terhadap bank. Perilaku seseorang yang percaya transaksi dan privasi informasi mereka akan dijaga dengan aman oleh perbankan. ⁶⁴	1. Kepercayaan 2. Keahlian 3. Ketertarikan 4. Relevansi ⁶⁵
2.	Persepsi Kemanfaatan (X2)	Persepsi kemanfaatan adalah pandangan subjektif dalam diri seseorang jika dalam	1. Efektivitas 2. Mencapai lebih cepat 3. Berguna 4. Menguntungkan ⁶⁷

⁶⁴ Keller & Aaker, The Impact of Corporate Marketing on a Company's Brand Extensions, *Corporate Reputation Review*, 1(4), 1998, 356-378.

⁶⁵ Naufal Bachri, *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah* (Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021), 15–17.

⁶⁷ Fitri Imandari, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning," *Artikel Universitas Brawijaya*, t.t.

		menggunakan suatu teknologi informasi dapat meningkatkan performa kinerjanya. ⁶⁶	
3.	Persepsi Kemudahan (X3)	Persepsi kemudahan adalah suatu kepercayaan yang timbul dari seseorang terhadap suatu teknologi informasi yang dalam penggunaan teknologi tersebut mudah dalam penggunaan, tidak memerlukan banyak usaha. ⁶⁸	1. Kemudahan 2. Jelas dan dapat dimengerti 3. Mudah untuk dipelajari 4. Kemudahan berlebih ⁶⁹
4.	Minat Nasabah (Y)	Minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, dan keinginan untuk	1. Berencana Menggunakan 2. Terus Menggunakan (Komitmen merk) ⁷¹

⁶⁶ Venkatesh & Davis, *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204.

⁶⁸ Venkatesh & Davis, *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204

⁶⁹ Ratna Sari Saras Satu dkk, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card)," *jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2019, 8.

⁷¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bandung: Ghalia Indonesia, 2010), 104.

		melakukan suatu perilaku tertentu. ⁷⁰	
--	--	--	--

Sumber : Data diolah, 2023.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. BSI KCP Ponorogo Soetta yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta No. 216, Kelurahan Banyudono, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur 63419. Adapun alasan memilih BSI KCP Ponorogo Soetta sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup tinggi. Produk dan pelayanannya tidak kalah dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo. Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo soetta mampu bersaing dengan bank-bank yang ada di kota Ponorogo, baik itu produknya maupun layanan yang ada di BSI KCP Ponorogo Soetta. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta yang

⁷⁰ Elizabeth B. Hurlock, *Perkembangan Anak* (Jakarta: PT. Erlangga, 1978), 114.

jumlahnya tidak diketahui karena memang tidak ada data pasti dari bank. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara dengan Bapak Muh Hasbi K. selaku pimpinan BSI KCP Ponorogo Soetta yang mengatakan bahwa tidak ada data pasti mengenai jumlah nasabah pengguna BSI *Mobile*, karena BSI *Mobile* merupakan produk pelengkap tabungan yang memberikan kebebasan kepada nasabah untuk menggunakannya atau tidak menggunakannya. Oleh karena itu bank hanya mempunyai data nasabah yang menabung di BSI KCP Ponorogo Soetta secara keseluruhan. Bapak Muh Hasbi K. juga mengatakan bahwa tidak semua nasabah yang menabung di BSI KCP Ponorogo soetta itu menggunakan BSI *Mobile*, kebanyakan yang menggunakan adalah anak usia muda.⁷² Selain dari hasil wawancara, hal ini didukung oleh laman resmi Bank BSI yang menyatakan bahwa terdapat beberapa cara daftar BSI *Mobile* lewat HP tanpa datang ke bank sekaligus melakukan aktivasi, jadi mungkin ini alasan yang menyebabkan bank tidak mempunyai data pasti mengenai jumlah nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile*.⁷³

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil sesuai prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.⁷⁴

Pengambilan sampel dapat menjadi kesimpulan dari populasi sehingga

⁷² Muh Hasbi k., Wawancara, 21 Maret 2023

⁷³ www.bsi.co.id.

⁷⁴ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publising, 2015), 64.

sampel yang digunakan untuk penelitian benar dapat mewakili populasi. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. Sugiyono menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah nasabah yang mempunyai aplikasi BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta dan pernah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Adapun rumus Lemeshow adalah sebagai berikut:⁷⁵

$$n = \frac{z^2 p(1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel

z : Nilai standart = 1,96

p : Maksimal estimasi = 50 % = 0,5

d : alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

⁷⁵ Stanley Lemeshow et. al, *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997), 2.

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,10^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Dengan menggunakan rumus Lemeshow di atas, maka nilai sampel (n) yang didapat adalah 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 orang.

E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan sumber data yang digunakan adalah data primer, yang diperoleh langsung dari responden melalui wawancara dan penyebaran kuisioner kepada nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

F. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk memperoleh data yang relevan, akurat dan terpercaya. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuisioner (Angket)

Kuisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.⁷⁶ Responden yang mengisi kuesioner ini

⁷⁶ Anak Agung Putu Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Malang: UB Press, 2012), 63.

adalah nasabah pengguna aplikasi BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta. Pada penelitian ini ada skala pengukuran yang digunakan dalam menganalisis hubungan antara variabel. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁷⁷

Penelitian ini menggunakan empat poin jawaban dengan meniadakan pilihan jawaban ragu-ragu. Hal ini dikarenakan kategori jawaban ragu-ragu memiliki makna ganda yaitu bisa memberi jawaban netral atau ragu-ragu. Dengan adanya jawaban ragu-ragu juga akan mengakibatkan responden memilih jawaban tengah-tengah untuk mencari aman.⁷⁸ Jawaban setiap item instrumen menggunakan skala likert yang mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif, antara lain sebagai berikut:

- 1) Jawaban Sangat Setuju (SS) skornya 4
- 2) Jawaban Setuju (S) skornya 3
- 3) Jawaban Tidak Setuju (TS) skornya 2
- 4) Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) skornya 1

Alasan peneliti menggunakan skala likert empat poin adalah untuk menghindari adanya kategori ragu-ragu yang biasanya memiliki arti

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 93.

⁷⁸ *Ibid.*, 93

ganda. Selain itu dengan skala likert 4 poin ini dapat melihat kecenderungan responden kearah setuju ataupun tidak setuju.

Instrumen yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist ataupun pilihan ganda. Kuesioner (angket) dalam penelitian ini digunakan untuk mengambil data mengenai pengaruh kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi BSI *Mobile* terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan *face to face* (tatap muka), di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya. Definisi yang lebih terperinci wawancara adalah proses komunikasi interaksional antara dua pihak, paling tidak salah satu pihak mempunyai satu tujuan antisipasi dan serius serta biasanya termasuk tanya jawab.⁷⁹ Wawancara merupakan cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.⁸⁰ Jenis wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas, di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi

⁷⁹ Fadhallah, *Wawancara* (Jakarta Timur: UNJ Press, 2020), 1.

⁸⁰ Ridwan, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula* (Bandung: Alfabeta, 2012), 74.

kemudahan aplikasi *BSI Mobile* terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta.

G. Instrument Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena tersebut disebut variabel penelitian. Titik tolak dari penyusunan instrument penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti.⁸¹ Dari variabel-variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur. Dari indikator tersebut kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pertanyaan atau pernyataan. Adapun instrumen penelitian dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden.

H. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Tahap selanjutnya setelah pengumpulan data selesai adalah tahap pengolahan data.⁸² Pengolahan data adalah proses untuk memperoleh data/angka ringkasan berdasarkan kelompok data mentah. Dalam

⁸¹ Ibid., 102-103.

⁸² J. Supranto, *Teori dan Aplikasi* (Jakarta: Erlangga, 2000), 24.

penelitian ini, penulis akan melakukan pengolahan data dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS dan Ms. Excel.

2. Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menginterpretasikan data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan dan telah diolah sehingga menghasilkan informasi tertentu. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau numerik tertentu.⁸³ Pada analisis kuantitatif dalam penelitian ini alat yang digunakan adalah statistik parametrik.

Analisis kuantitatif dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa langkah antara lain:

a) Pengujian Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan guna mengukur seberapa cermat suatu uji melakukan fungsinya, apakah alat ukur yang telah disusun benar-benar telah dapat mengukur apa yang perlu diukur. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan atau pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan dengan jumlah keseluruhan tanggapan pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam setiap variabel.

⁸³ Azuar Juliandi, irfan dan Saprinah Manurung, *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi* (Medan: UMSU Press, 2014), 85.

Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan nilai r hitung (*pearson correlation*) dan r table. Adapun kriteria hasil pengujian uji validitas adalah sebagai berikut:

(1) Berdasarkan nilai korelasi

Jika r hitung $>$ r table, maka instrumen penelitian dikatakan valid.

Jika r hitung $<$ r table, maka instrument penelitian dikatakan invalid.⁸⁴

(2) Berdasarkan nilai signifikansi

Jika nilai sig $<$ 0,05 maka data dinyatakan valid.

Jika nilai sig $<$ 0,05 maka data dinyatakan tidak valid.⁸⁵

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indicator dari variabel. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi data yang dihasilkan dapat diandalkan. Suatu alat ukur dikatakan reabilitas atau dapat dipercaya apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan reabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda.

Reabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai Cronbach alpha,

⁸⁴ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (Bogor: Guepedia, 2021), 7–8.

⁸⁵ Adi Sulisty Nugroho dan Walda Haritanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022), 202.

apabila nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel dinyatakan reliabel.

b) Pengujian Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak, jika sebaran data berdistribusi normal, maka uji statistik *parametrik* dapat dilaksanakan, sebaliknya jika sebaran data tidak berkontribusi normal maka uji *nonparametrik* lah yang dapat dilaksanakan. Salah satu bentuk uji normalitas adalah dengan menggunakan uji *Kolmogorov smirnov*.⁸⁶ Hipotesis yang digunakan:

H_0 : residual tidak tersebar normal

H_a : residual tersebar normal

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 ditolak yang artinya normalitas terpenuhi.⁸⁷

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*predictor*).⁸⁸ Dalam penelitian ini uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF.

⁸⁶ Diah Wijayanti Sutha, *Biostatistika* (Malang: Media Nusa Creativ, 2019), 77.

⁸⁷ Agus Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Proses SPSS, AMOS, dan SMARTPLS* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015), 19.

⁸⁸ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach* (Yogyakarta: Deppublish, 2018), 17.

Jika nilai VIF lebih dari angka 10 maka dikatakan ada multikolinieritas.

Jika nilai VIF kurang dari angka 10 maka dikatakan tidak ada multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada dasarnya bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.⁸⁹

c) Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel independen yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan, dan persepsi kemudahan terhadap variabel dependen yaitu minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Menurut Sugiyono persamaan regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

⁸⁹ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa kosep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data SPSS* (Yogyakarta: DEEPPUBLISH, 2019), 122.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

a : Bilangan Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien Regresi

$X_1X_2X_3$: Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan, dan Persepsi Kemudahan

e : *error*⁹⁰

d) Pengujian Hipotesis

1) Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji koefisien regresi secara parsial yang bertujuan untuk mengetahui signifikansi pengujian secara parsial antara variabel independen dan variabel dependen yang mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Uji t terbagi menjadi 3 jenis yakni *one sample t-test*, *paired sampel t-test (dependent sampel t-test)* dan *independent sampel t-test*.⁹¹ Kriteria pengujiannya yaitu sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka tolak H_0 dan terima H_a . Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: CV. Alfabeta, 2016), 156.

⁹¹ Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan* (Bogor: IPB Press, 2019), 134.

- (2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka terima H_0 dan tolak H_a . Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan yang bertujuan mengetahui pengaruh semua variabel dependen yang bertempat di dalam model secara (simultan) terhadap variabel dependen. Syarat atau kriteria uji F (Anova) adalah varian antar kelompok homogen dan data berdistribusi normal.⁹² Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:

- (1) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya semua variabel independent/bebas memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent/terikat.

- (2) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya semua variabel independent/bebas tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen/terikat.

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik garis regresi sesuai dengan data aktualnya. Nilai koefisien determinasi terletak di antara angka 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika nilai

⁹² Muhammad Yusuf dan Lukman Daris, 148.

koefisien determinasi mendekati 1, maka akan semakin baik garis regresi dan apabila nilai koefisien determinasi mendekati 0, maka garis regresi kurang baik.⁹³



⁹³ Widarjono, *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Proses SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*, 17–18.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah BSI KCP Ponorogo Soetta

Bank Syariah Indonesia (BSI) berdiri pada 01 Februari 2021 sebagai hasil *merger* (penggabungan) antara PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah menjadi satu entitas yaitu PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank Syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada tanggal Februari 2021 Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.⁹⁴

Adapun tujuan penggabungan ini adalah menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga mampu menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BRI, BNI). Bank Syariah Indonesia berkomitmen untuk mampu bersaing ditingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi sinergi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah

⁹⁴ www.bankbsi.co.id

Indonesia juga menjadi cerminan wajah Perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

Menciptakan BANK SYARIAH yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

b. Misi Bank Syariah Indonesia

1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

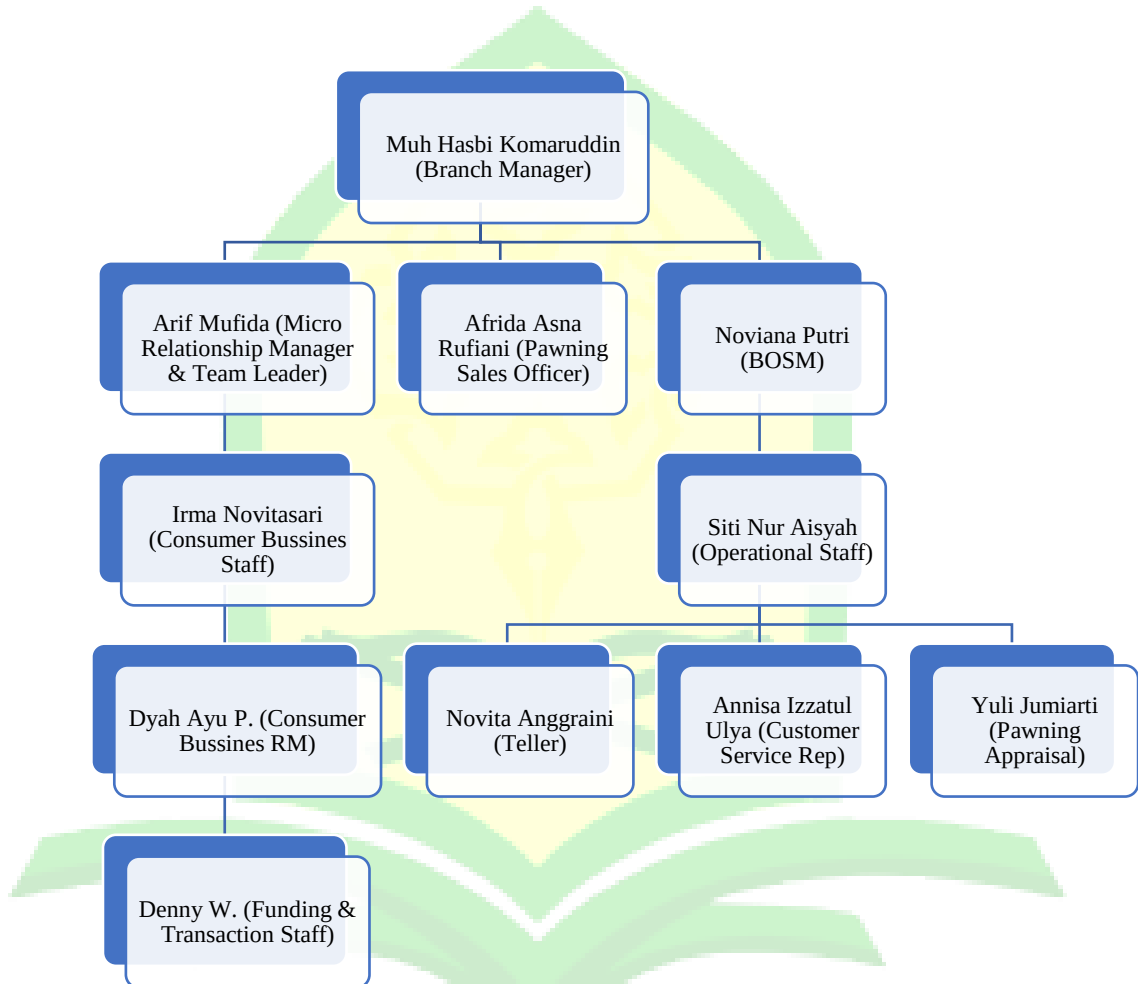
3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁹⁵

⁹⁵ www.bankbsi.co.id

3. Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta

Struktur organisasi memiliki pengertian suatu susunan dari berbagai komponen atau unit kerja dalam suatu organisasi. Berikut adalah susunan struktur organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Ponorogo Soetta.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi BSI KCP Ponorogo Soetta

Masing-masing posisi (jabatan) memiliki tugas dan wewenang sebagai berikut:

a. Branch Manager

- 1) Membantu tercapainya tujuan bisnis yang telah ditetapkan.

- 2) Memastikan segala aktivitas operasional dan kegiatan operasional telah sesuai ketentuan dan prudential.
- 3) Menjaga dan meningkatkan mutu pembiayaan.
- 4) Menjamin pengendalian kualitas dan resiko operasional.
- 5) Menindaklanjuti temuan resiko.
- 6) Menganalisis dan mengkaji tujuan kinerja karyawan.
- 7) Memonitoring hasil laporan internal dan eksternal.

b. BOSM (Branch Operational & Service Manager)

- 1) Membetulkan dan menaikkan standar pemrosesan cabang.
- 2) Menaikkan kualitas penanganan pengaduan.
- 3) Memonitoring penataan aktivitas masal, pencatatan, transaksi kliring, serta kegiatan operasional KCP secara bekala.
- 4) Memantau standar layanan nasabah sudah terlaksana optimal.
- 5) Memastikan kegiatan terlaksana dengan SOP.
- 6) Memantau dan mengontrol semua aktivitas berjalan sesuai dengan aturan yang berlaku.

c. Consumer Bussines RM

- 1) Merumuskan strategi dan pemasaran cabang.
- 2) Memastikan target pembiayaan, pendanaan, fee based income cabang.
- 3) Memastikan kualitas aktiva produktif dalam kondisi terkendali & pelaksanaan pengawalan terhadap seluruh nasabah cabang.

d. Micro Relationship Manager & Team Leader

- 1) Melakukan aktivitas pemasaran dan mengusulkan produk usaha mikro ke calon nasabah.
- 2) Melaksanakan proses perolehan bagi calon nasabah dalam pembiayaan mikro.
- 3) Memproses pengajuan pada pembiayaan mikro calon nasabah pembiayaan mikro.
- 4) Meninjau profil, bisnis dan angunan calon nasabah pembiayaan mikro.
- 5) Menjaga relasi baik calon nasabah/nasabah usaha mikro dengan prinsip profesionalisme.
- 6) Memantau dan mengontrol kualitas pembiayaan mikro sesuai manajemen.

e. Pawning Sales Officer

- 1) Memastikan pncapaian target bisnis gadai emas yang telah ditetapkan meliputi pembiayaan gadai emas dan fee based income gadai baik kuantitatif maupun kualitatif.
- 2) Memastikan akurasi penaksiran barang jaminan.

f. Consumer Bussines Staff

- 1) Melakukan kegiatan pemasaran seperti presentasi, menjelaskan produk, biaya dan program untuk tercapainya target pencairan.
- 2) Menindaklanjuti komitmen bank kepada nasabah dari kegiatan closing sales

- 3) Pembuatan laporan kunjungan dalam mengaktifkan selling baik kepada nasabah maupun calon nasabah yang menjadi target pasar.
- 4) Melakukan aktivitas analisa nasabah dengan menerapkan Anti Pencucian Uang dan Pencegahan Pendanaan Terorisme.

g. Operational Staff

- 1) Memelihara catatan transaksi bank.
- 2) Menjaga administrasi dan bukti semua transaksi.
- 3) Mengecek kebenaran serta kewajiban pencatatan laporan keuangan.
- 4) Mengerjakan aktivitas administrasi penutupan asuransi semua asset nasabah.
- 5) Mengatur penyimpanan serta pengambilan tanggungan.

h. Customer Service Rep

- 1) Melakukan aktivitas layanan pembukaan dan penutupan rekening kepada nasabah dan calon nasabah.
- 2) Menyerahkan dokumen berharga bank kepada nasabah berupa buku tabungan kartu ATM, Depositi, dll.
- 3) Memproses transaksi haji dan umroh.
- 4) Melakukan dan memproses penyelesaian pengaduan nasabah.
- 5) Membuat laporan baik dari pihak internal maupun pihak eksternal.

i. Teller

- 1) Memberikan pelayanan transaksi tunai maupun non tunai sesuai dengan kebutuhan transaksi nasabah.
- 2) Memonitoring dalam mengelola dana kas.

- 3) Mengecek uang layak atau tidak layak edar.
- 4) Menggarap laporan kegiatan sesuai kebutuhan perusahaan.
- 5) Menerapkan standar pelayanan sesuai ketentuan.

j. *Pawning Appraisal*

- 1) Tugas dari pawning appraisal yaitu sama halnya dengan pawning officer yaitu sebagai petugas gadai, bedanya pawning officer merupakan atasan dari pawning appraisal.

B. Hasil Pengujian Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas adalah pernyataan sampai sejauh mana data-data yang ditampung pada suatu kuisioner dapat mengukur apa yang akan diukur. Untuk mengetahui apakah pernyataan yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid atau tidak valid, maka peneliti melakukan tes dengan penyebaran kuisioner kepada nasabah pengguna layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta sebanyak 30 responden pada bulan Maret 2023. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi berganda yang dilakukan dengan bantuan software IBM SPSS.

Kriteria yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument adalah dengan menggunakan r_{tabel} . Semakin besar nilai rhitung atau jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka item pernyataan valid. Karena data yang digunakan dalam uji validitas adalah 30 responden, maka r_{tabel} yang digunakan adalah 0,361

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas Kredibilitas Bank (X1)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,853	0,361	Valid
2	0,736	0,361	Valid
3	0,762	0,361	Valid
4	0,911	0,361	Valid
5	0,871	0,361	Valid
6	0,838	0,361	Valid
7	0,796	0,361	Valid
8	0,576	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel kredibilitas bank (X1) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Maka 8 item pernyataan yang valid di atas akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemanfaatan (X2)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,888	0,361	Valid
2	0,849	0,361	Valid
3	0,951	0,361	Valid
4	0,936	0,361	Valid
5	0,889	0,361	Valid
6	0,843	0,361	Valid
7	0,853	0,361	Valid
8	0,731	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan (X2) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Maka 8 item pernyataan yang valid di atas akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan (X3)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,786	0,361	Valid
2	0,798	0,361	Valid
3	0,742	0,361	Valid
4	0,866	0,361	Valid
5	0,811	0,361	Valid
6	0,826	0,361	Valid
7	0,833	0,361	Valid
8	0,793	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan aplikasi perbankan (X3) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Maka 8 item pernyataan yang valid di atas akan digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Minat Nasabah (Y)

No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,822	0,361	Valid
2	0,828	0,361	Valid
3	0,853	0,361	Valid
4	0,793	0,361	Valid

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa 4 item pernyataan pada variabel minat nasabah (Y) dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai r_{tabel} yaitu 0,361. Maka 4 item pernyataan yang valid di atas akan digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah keakuratan, ketepatan atau ketelitian sebuah instrumen. Jadi reliabilitas menunjukkan apakah instrumen tersebut konsisten memberikan hasil ukuran yang sama tentang sesuatu yang diukur pada waktu yang tidak sama. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *alpha cronbach*.

Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan batasan 0,6. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan IBM SPSS.

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Kredibilitas Bank (X1)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kredibilitas Bank (X1)	.915	0,6	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,915 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel kredibilitas bank (X1) sudah reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemanfaatan (X2)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemanfaatan (X2)	.953	8	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan table 4.6 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,953 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan (X2) sudah reliabel.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kemudahan (X3)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Persepsi Kemudahan (X3)	.922	8	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,922 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 8 item pernyataan pada variabel persepsi kemudahan aplikasi perbankan (X3) sudah reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Minat Nasabah (Y)	.838	4	Reliabel

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,838 > 0,6$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 4 item pernyataan pada variabel persepsi minat nasabah (Y) sudah reliabel.

C. Hasil Pengujian Deskriptif

1. Deskripsi Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 100 responden. Setiap responden diberi link kuisioner berupa *google form* untuk memberikan jawaban atas semua pernyataan yang telah disediakan. Untuk mempermudah mengidentifikasi responden dalam penelitian ini, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Data responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	20	20.0	20.0	20.0
	Perempuan	80	80.0	80.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 responden atau 20,0%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 80 responden atau 80%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.10

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 Tahun	2	2.0	2.0	2.0
	20-30 Tahun	81	81.0	81.0	83.0
	31-40 Tahun	15	15.0	15.0	98.0
	>40 Tahun	2	2.0	2.0	100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 2 responden atau 2,0%. Usia < 20 responden masih di bangku sekolah SD, SMP, SMA atau lainnya, mereka belum mempunyai penghasilan sendiri dan untuk memenuhi kebutuhannya masih minta ke orang tua. Jadi tidak memungkinkan untuk membuka rekening dan menabung di BSI. Usia 20-30 tahun sebanyak 81 responden atau 81,0%. Usia 20-30 responden sudah menjadi mahasiswa dan ada juga yang sudah mulai bekerja, bahkan mahasiswa sekarang juga mulai membangun bisnis online dan salah satu layanan untuk transaksi bisnis itu sendiri menggunakan *mobile banking* yaitu BSI *Mobile*. Usia 31-40 tahun sebanyak 15 responden atau 15,0%. Usia 31-40 responden sudah bekerja dan ada yang sudah menikah, responden ada yang memilih menggunakan BSI *Mobile* dan ada yang juga yang lebih memilih transaksi dengan datang langsung ke kantor. Usia > 40 tahun sebanyak 2 responden atau 2,0%. Usia > 40 responden semakin sedikit dikarenakan di usia segitu, kemungkinan nasabah sudah tidak telaten menggunakan BSI *Mobile*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta adalah berusia 20-30 tahun.

c. **Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.11

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Mahasiswa/pelajar	67	67.0	67.0	67.0
	PNS/TNI/Polri	5	5.0	5.0	72.0
	Pegawai Swasta	3	3.0	3.0	75.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang mempunyai pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 67 atau 67,0%. Responden pelajar/mahasiswa lebih banyak dikarenakan mahasiswa perbankan syariah dari kampus biasanya diberi kewajiban untuk membuka rekening di perbankan syariah seperti BSI dan menggunakan aplikasi BSI *Mobile* untuk keperluan belajar. Mahasiswa ada yang terpaksa dan ada yang memang butuh, bahkan yang terpaksa akhirnya merasakan manfaat dan kegunaan BSI *Mobile* itu sendiri, jadi mahasiswa tetap setia menggunakan layanan BSI *Mobile* untuk transaksi. Pelajar/mahasiswa juga sudah mulai menjalankan bisnis online dan untuk transaksi bisnis seperti transfer dan lainnya biasa menggunakan *mobile banking* yaitu BSI *Mobile*. PNS/TNI/Polri sebanyak 5 atau 5,0%. PNS/TNI/Polri ada yang menabung di BSI dengan membuka BSI tabungan pensiun, tetapi ada juga yang lebih

memilih menggunakan perbankan yang lain seperti perbankan konvensional. Pegawai swasta sebanyak 3 atau 3,0% dan wiraswasta sebanyak 25 atau 25,0%. Pegawai swasta dan wiraswasta masih banyak yang tidak menggunakan perbankan syariah, tetapi menggunakan perbankan konvensional. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan BSI *Mobile* di BSI KCP Ponorogo Soetta pekerjaannya adalah mahasiswa/pelajar.

2. Deskripsi Data Variabel

Data hasil penelitian terdiri dari tiga variabel bebas yaitu variabel kredibilitas bank (X1), persepsi kemanfaatan (X2), persepsi kemudahan (X3) serta variabel terikat minat nasabah (Y). Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan dari data masing-masing variabel yang telah diolah berupa nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Berikut ini rincian hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan bantuan IBM SPSS.

Tabel 4.12

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kredibilitas Bank	100	20.00	32.00	28.5300	3.23945
Persepsi Kemanfaatan	100	22.00	32.00	29.1900	3.14207
Persepsi Kemudahan	100	21.00	32.00	28.9900	3.34089
Minat Nasabah	100	8.00	16.00	14.3800	1.70430
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.12 dapat diketahui bahwa variabel kredibilitas bank memiliki nilai minimum sebesar 20.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (mean) sebesar 28.5300 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.23945. Variabel persepsi kemanfaatan aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai minimum sebesar 22.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (mean) sebesar 29.1900 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.14207. Variabel persepsi kemanfaatan aplikasi BSI *Mobile* memiliki nilai minimum sebesar 21.00 dan nilai maksimum sebesar 32.00. Nilai rata-rata (mean) sebesar 28.9900 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 3.34089. Variabel minat nasabah memiliki nilai minimum sebesar 8.00 dan nilai maksimum sebesar 16.00. Nilai rata-rata (mean) sebesar 14.3800 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 1.70430.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Kriteria penarikan kesimpulannya yaitu:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima (data berdistribusi normal)
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_1 diterima (data tidak berdistribusi normal)

Tabel 4.13

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.67894142
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.077
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.071 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,71 > 0,05$ sehingga ketentuan H_0 diterima, artinya data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalisasi terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hipotesis yang digunakan:

- 1) H_0 : tidak terdapat korelasi antar variabel independen (tidak terjadi kasus multikolinieritas)
- 2) H_a : terdapat korelasi antar variabel independent (terjadi kasus multikolinieritas)

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas menggunakan VIF (Variance Inflation Factor). Apabila untuk semua variabel independent nilai $VIF < 10$, maka H_0 di terima, artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	Std.						
	B	Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.195	.706		1.693	.094		
Kredibilitas Bank	.085	.045	.165	1.880	.063	.251	3.991
Persepsi Kemanfaatan	.030	.051	.057	.599	.551	.212	4.713
Persepsi Kemudahan	.342	.052	.707	6.629	.000	.169	5.900

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa variabel kredibilitas bank (X_1) memiliki nilai VIF sebesar $3,991 < 10$, variabel persepsi kemanfaatan (X_2) memiliki nilai VIF sebesar $4,713 < 10$ dan variabel persepsi kemudahan memiliki nilai VIF sebesar $5,900 < 10$, maka dari

ke tiga variabel H_0 diterima, artinya persamaan regresi linier berganda tidak terjadi kasus multikolinieritas. Dengan demikian, asumsi non multikolinieritas telah terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu yang digunakan peneliti untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan uji glejser yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Hipotesis yang digunakan adalah:

- 1) H_0 : Varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas)
- 2) H_a : Varian residual tidak homogen (terjadi kasus heteroskedastisitas)

Jika nilai signifikan (p-value) semua variabel independent $> 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas)

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.344	.545		.632
	Kredibilitas Bank	.046	.035	.266	1.342
	Persepsi Kemanfaatan	.003	.039	.017	.075
	Persepsi Kemudahan	-.043	.040	-.264	-1.057

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa variabel kredibilitas bank (X1) nilai sig = 0,183 > 0,05, persepsi kemanfaatan (X2) nilai sig = 0,940 > 0,05 dan persepsi kemudahan (X3) nilai sig = 0,150 > 0,05. Hal ini berarti H_0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa varian residual homogen (tidak terjadi kasus heteroskedastisitas) sehingga asumsi non heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Autokorelasi

Uji ini digunakan untuk mengetahui korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

- 1) $DU \leq DW \leq (4 - DU)$ maka H_0 diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi.
- 2) $DW \leq DL$ atau $DW \geq (4 - DL)$ maka H_0 ditolak, artinya terjadi autokorelasi.
- 3) $DL \leq DW \leq DU$ atau $(4 - DU) \leq DW \leq (4 - DL)$, artinya tidak ada kepastian atau kesimpulan yang pasti.

Nilai du dan dl diperoleh dengan melihat tabel Durbin Watson. Dalam penelitian ini, banyak variabel independent yang digunakan adalah 3 dengan banyaknya data adalah 100 sehingga $k=3$ dan $n=100$. Dengan menggunakan tingkat kesalahan diperoleh nilai $du = 1.7364$ dan $dl = 1.6131$. hasil perhitungan nilai Durbin Watson yang dihasilkan dari model regresi ditunjukkan pada tabel 4.16

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.896 ^a	.803	.797	.768	1.895

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan

b. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa Durbin Watson yang diperoleh dari hasil regresi adalah sebesar 1,895. Jelas $1,736 \leq 1,895 \leq 2,264 \approx du \leq dw \leq (4-du)$, maka H_0 diterima. Artinya tidak terdapat

autokorelasi pada model regresi dan asumsi non autokorelasi telah terpenuhi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (dependent) dengan lebih dari satu variabel bebas (independent). Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile*

a : Bilangan Konstanta

$b_1b_2b_3$: Koefisien Regresi

X_1 : Kredibilitas Bank

X_2 : Persepsi Kemanfaatan

X_3 : Persepsi Kemudahan

e : Error

Tabel 4.17
Hasil Estimasi Koefisien Regresi Linier Ganda

		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	.551	.772		.714	.477
	Kredibilitas Bank	.038	.049	.068	.769	.444
	Persepsi Kemanfaatan	.070	.056	.126	1.265	.209
	Persepsi Kemudahan	.369	.057	.723	6.463	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.17 dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,551 + 0,038X_1 + 0,070X_2 + 0,369X_3 + e$$

Konstanta (b_0)

Nilai konstanta (b_0) sebesar 0,551 menunjukkan bahwa, apabila variabel independen kredibilitas bank (X_1), persepsi kemanfaatan (X_2) dan persepsi kemudahan (X_3) nol atau tidak ada maka minat nasabah (Y) adalah sebesar 0,551 satuan.

Konstanta (b_1) Untuk Variabel X_1 (Kredibilitas Bank)

Besarnya koefisien regresi (b_1) sebesar 0,038. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel kredibilitas bank (X_1) dengan variabel minat nasabah (Y). Jika kredibilitas bank ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien

regresi (b_1) sebesar 0,038 artinya jika kredibilitas bank dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka minat nasabah naik sebesar 0,038 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Konstanta (b_2) Untuk Variabel X2 (Persepsi Kemanfaatan)

Besarnya koefisien regresi (b_1) sebesar 0,070. Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel persepsi kemanfaatan (X2) dengan variabel minat nasabah (Y). Jika persepsi kemanfaatan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,070 artinya jika persepsi kemanfaatan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka minat nasabah naik sebesar 0,070 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Konstanta (b_3) Untuk variabel X3 (Persepsi Kemudahan)

Besarnya koefisien regresi (b_1) sebesar 0,369 Nilai (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel persepsi kemudahan (X3) dengan variabel minat nasabah (Y). Jika persepsi kemudahan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat. Nilai koefisien regresi (b_1) sebesar 0,369 artinya jika persepsi kemudahan dinaikkan sebesar 1 satuan atau dinaikkan satu tingkat, maka minat nasabah naik sebesar 0,369 satuan dengan asumsi variabel independen yang lain tetap.

Std.Error (Constant)

Penyimpangan dari konstanta yang ada dari model regresi yaitu sebesar 0,772. Variabel kredibilitas bank (X1) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X1. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X1 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,049. Variabel persepsi kemanfaatan (X2) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X2. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X2 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,056. Variabel persepsi kemudahan (X3) menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel X3. Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi itu berarti semakin berarti kontribusi variabel X3 tersebut terhadap variabel Y sebesar 0,057.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk melihat pengaruh tiap-tiap variabel independen (X) secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen (Y). Hipotesis yang digunakan adalah:

- 1) H_{01} : kredibilitas bank tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a1} : kredibilitas bank berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

2) H_{02} : persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a2} : persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

3) H_{03} : persepsi kemudahan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

H_{a3} : persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh secara signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dengan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.18
Hasil Uji t X1 terhadap Y

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	1.920	.995		1.930
	Kredibilitas Bank	.434	.034	.786	12.596

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui hasil uji t dalam pengujian pengaruh X1 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Dilihat dari koefisien regresinya sebesar 0,434 memiliki arti X1 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

IAIN
PONOROGO

Tabel 4.19
Hasil Uji t X2 terhadap Y

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.025	.942		1.089	.279
	Persepsi Kemanfaatan	.457	.032	.821	14.262	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui hasil uji t dalam pengujian pengaruh X2 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Dilihat dari koefisien regresinya sebesar 0,457 memiliki arti X2 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

Tabel 4.20
Hasil Uji t X3 Terhadap Y

		Coefficients ^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.174	.677		1.734	.086
	Persepsi Kemudahan	.456	.023	.893	19.643	.000

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui hasil uji t dalam pengujian pengaruh X3 terhadap Y menghasilkan nilai signifikansi uji t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Dilihat dari koefisien regresinya sebesar 0,456 memiliki arti X3 mempunyai arah pengaruh positif terhadap Y sehingga arah pengaruh positif yang dihasilkan tersebut signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah variabel independent secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan adalah:

- H_{04} : kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan tidak berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
- H_{a4} : kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji F dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima
- 2) Jika signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Tabel 4.21

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	230.956	3	76.985	130.566	.000 ^b
	Residual	56.604	96	.590		
	Total	287.560	99			

a. Dependent Variable: Minat Nasabah

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan

Sumber: Data SPSS diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.21 di atas, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi diartikan seberapa besar variabel independen X menentukan tingkat variabel respon Y dalam suatu model. Uji koefisien determinasi digunakan sebagai pengukur untuk

mengetahui apakah model regresi yang terestimasi baik atau tidak. Persamaan regresi yang baik ditentukan oleh R^2 yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

Hasil pengujian koefisien determinasi untuk variabel kredibilitas bank (X1), persepsi kemanfaatan (X2) dan persepsi kemudahan (X3) aplikasi perbankan terhadap minat nasabah (Y), yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi X1, X2 dan X3 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.797	.768

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kemudahan, Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan

Sumber: Data SPSS diolah, 2023.

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 4.22 diketahui bahwa nilai R yang diperoleh sebesar 0,896 menunjukkan bahwa hubungan kredibilitas bank (X1), persepsi kemanfaatan (X2) dan persepsi kemudahan (X3) aplikasi perbankan terhadap minat nasabah (Y) tergolong kuat. Nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,797 memiliki arti bahwa variabel bebas yaitu kredibilitas bank (X1), persepsi kemanfaatan (X2) dan persepsi kemudahan (X3) aplikasi perbankan mampu menerangkan variabel terikat yaitu minat nasabah (Y) sebesar $0,797 = 79,7$ dan sisanya 20,3 dipengaruhi oleh faktor lain.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Kredibilitas Bank Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Kredibilitas bank diartikan sebagai perilaku seseorang percaya bahwa transaksi dan privasi informasi mereka dijaga dengan aman oleh perbankan. Menurut Keller dan Aaker kredibilitas adalah tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, di mana perusahaan memiliki pengetahuan, pengalaman dan kemampuan yang memadai agar dapat dipercaya dan menimbulkan minat kepada pelanggan.⁹⁶ Sebuah sistem yang memiliki kredibilitas tinggi, akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut. Dapat dikatakan bahwa kredibilitas bank memiliki dua komponen yaitu keamanan dan privasi, merupakan bagian yang sangat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan sistem tersebut. Jadi semakin banyak orang yang percaya terhadap keamanan dan privasi maka semakin besar niat seseorang dalam menggunakan sistem tersebut.⁹⁷ Aplikasi BSI Mobile dijamin keamanan dan privasinya dengan menerapkan 2 sistem keamanan, yaitu password untuk mengakses rekening dan PIN untuk transaksi. Jadi semakin banyak nasabah percaya keamanan dan privasi BSI Mobile maka semakin besar minat nasabah menggunakan layanan BSI Mobile. Hasil analisis yang telah diolah dengan

⁹⁶ Keller & Aaker, The Impact of Corporate Marketing on a Company's Brand Extensions, *Corporate Reputation Review*, 1(4), 1998, 356-378.

⁹⁷ Ibid. 379

IBM SPSS diperoleh data kredibilitas bank mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.18 diperoleh nilai signifikansi dari variabel kredibilitas bank sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Nilai koefisien regresi variabel kredibilitas bank sebesar 0,434. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kredibilitas bank mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar $0,434=43,4\%$ dan sisanya $56,6\%$ dipengaruhi variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kredibilitas bank dengan minat nasabah. Jika kredibilitas bank ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hal ini sejalan dengan teori Keller dan Aaker yang menyatakan bahwa sebuah sistem yang memiliki kredibilitas tinggi akan mendorong seseorang untuk menggunakan suatu sistem tersebut. Kredibilitas mempengaruhi minat nasabah, semakin tinggi kredibilitas bank akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Ramadhan, yang menunjukkan bahwa kredibilitas berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah menggunakan *Mobile Banking*.⁹⁸

2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Persepsi kemanfaatan adalah pandangan subjektif dalam diri seseorang jika dalam menggunakan suatu teknologi informasi akan meningkatkan performa kinerjanya. Persepsi kemanfaatan menurut Vankatesh adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya.⁹⁹ Seseorang yang semakin mudah menggunakan internet, akan semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Manfaat juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena semakin besar manfaat yang diperoleh, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut.¹⁰⁰ BSI *Mobile* memiliki berbagai menu yang beragam yang dapat bermanfaat bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi. Semakin besar manfaat BSI *Mobile* yang dirasakan oleh nasabah maka semakin besar minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan

⁹⁸ Reza Ramadhan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking," *Skripsi*, 2016.

⁹⁹ Venkatesh & Davis, *A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204.

¹⁰⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 139.

IBM SPSS diperoleh data persepsi kemanfaatan aplikasi *BSI Mobile* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.19 diperoleh nilai signifikansi dari variabel persepsi kemanfaatan sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi *BSI Mobile* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemanfaatan sebesar 0,457. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemanfaatan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar $0,457=45,7\%$ dan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemanfaatan dengan minat nasabah. Jika persepsi kemanfaatan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane yang menyatakan bahwa semakin besar manfaat yang diperoleh, seseorang akan cenderung menggunakan teknologi tersebut. Persepsi kemanfaatan mempengaruhi minat nasabah, semakin besar manfaat yang diperoleh akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Hasil

penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rizky, yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh signifikan positif terhadap adopsi internet banking.¹⁰¹

3. Pengaruh Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI *Mobile* DI Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Persepsi kemudahan menurut Vankatesh dan Davis adalah suatu kepercayaan yang timbul dari seseorang terhadap suatu teknologi informasi yang dalam penggunaan teknologi tersebut mudah dan tidak memerlukan banyak usaha.¹⁰² Kemudahan juga berpengaruh terhadap minat penggunaan. Keduanya memiliki hubungan erat, karena dengan adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk.¹⁰³ Berbagai layanan BSI *Mobile* dapat diakses dengan mudah dan BSI *Mobile* memberikan kemudahan nasabah dalam bertansaksi, beribadah dan berbagi melalui beragam fitur dalam satu aplikasi. Semakin mudah layanan BSI *Mobile* diakses maka semakin besar minat nasabah dalam menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data persepsi kemudahan aplikasi BSI *Mobile* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap

¹⁰¹ Rizky Minggat S.A, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kredibilitas Terhadap Adopsi Internet Banking," *Skripsi*, 2016.

¹⁰² Venkatesh & Davis, *A theoritical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies* (Management Science, 2000), 186-204.

¹⁰³ Philip Kotler dan Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1987), 140.

minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.20 diperoleh nilai signifikansi dari variabel persepsi kemudahan sebesar $0,000 < 0,05$ ($\text{sig} < \alpha=5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan aplikasi *BSI Mobile* berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,456. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar $0,456=45,6\%$ dan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemudahan dengan minat nasabah. Jika persepsi kemudahan ditingkatkan maka minat nasabah menjadi meningkat.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Hal ini sejalan dengan teori Philip Kotler dan Kevin Lane yang menyatakan bahwa adanya kemudahan yang tinggi kepada konsumen akan menciptakan minat penggunaan suatu produk. Persepsi kemudahan mempengaruhi minat nasabah, semakin besar kemudahan yang diperoleh akan meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pranoto, di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel

kemudahan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁰⁴ Namun hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amrullah, yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *BSI Mobile*.¹⁰⁵

4. Pengaruh Kredibilitas Bank, Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Aplikasi Perbankan Secara Simultan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan BSI Mobile Di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta

Minat menurut Elizabeth B. Hurlock adalah sumber motivasi yang mendorong untuk melakukan apa yang mereka inginkan apabila mereka melihat bahwa sesuatu akan menguntungkan mereka akan berminat, apabila kepuasan berkurang minatpun berkurang.¹⁰⁶ Faktor-faktor yang mempengaruhi minat diantaranya yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan lain-lain. Suatu aktivitas dikatakan mudah apabila tidak menyulitkan pelaksanaannya. Berdasarkan sudut pandang seseorang, suatu aktivitas akan bermanfaat apabila memudahkan konsumen untuk menggunakan serta memiliki pengetahuan dan

¹⁰⁴ Margaretha Oktavia Pranoto, "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking" No 2302-9315 Vol. 8 No 1 Thn VIII Januari 2020 (2020).

¹⁰⁵ Syukron Amrullah, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile, *Skripsi*, 2021.

¹⁰⁶ Hurlock, *Perkembangan Anak*, 144.

kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dapat memuaskan keinginan pelanggan.¹⁰⁷ Aplikasi *BSI Mobile* dikatakan mudah apabila tidak menyulitkan nasabah. *BSI Mobile* akan bermanfaat apabila memudahkan nasabah dalam menggunakan serta akan bermanfaat apabila suatu perbankan memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan, sehingga dengan adanya kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan maka dapat meningkatkan minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile*. Hasil analisis yang telah diolah dengan IBM SPSS diperoleh data variabel independent (kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (minat nasabah).

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil hipotesis. Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh yaitu $0,000 < 0,005$ ($\text{sig} < \alpha = 5\%$) sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi *BSI Mobile* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

Hasil uji determinasi R^2 pada penelitian ini diperoleh dari tabel uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square

¹⁰⁷ Vera Desy Nurmalia dan Lilis Endang Wijayanti, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online", *JRMB*, Volume 13. No. 1. Juni 2018.

sebesar 0,797. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel terikat yaitu minat nasabah sebesar $0,797=79,7\%$ dan sisanya 20,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi.

Dari hasil analisis diatas menunjukkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile*. Hal ini sejalan dengan teori Elizabeth B. Hurlock yang menyatakan bahwa minat dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan, persepsi kemudahan dan lain-lain. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oktapiani, yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kredibilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Nadila T Oktapiani, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KC Medan Adam Malik dalam masa pandemic covid-19," *Skripsi*, 2022.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis yang telah diajukan dengan model analisis linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kredibilitas bank berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel kredibilitas bank mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 43,4% dan sisanya 56,6% dipengaruhi variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara kredibilitas bank dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
2. Persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *BSI Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel persepsi kemanfaatan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 45,7% dan sisanya 54,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemanfaatan dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemanfaatan aplikasi perbankan

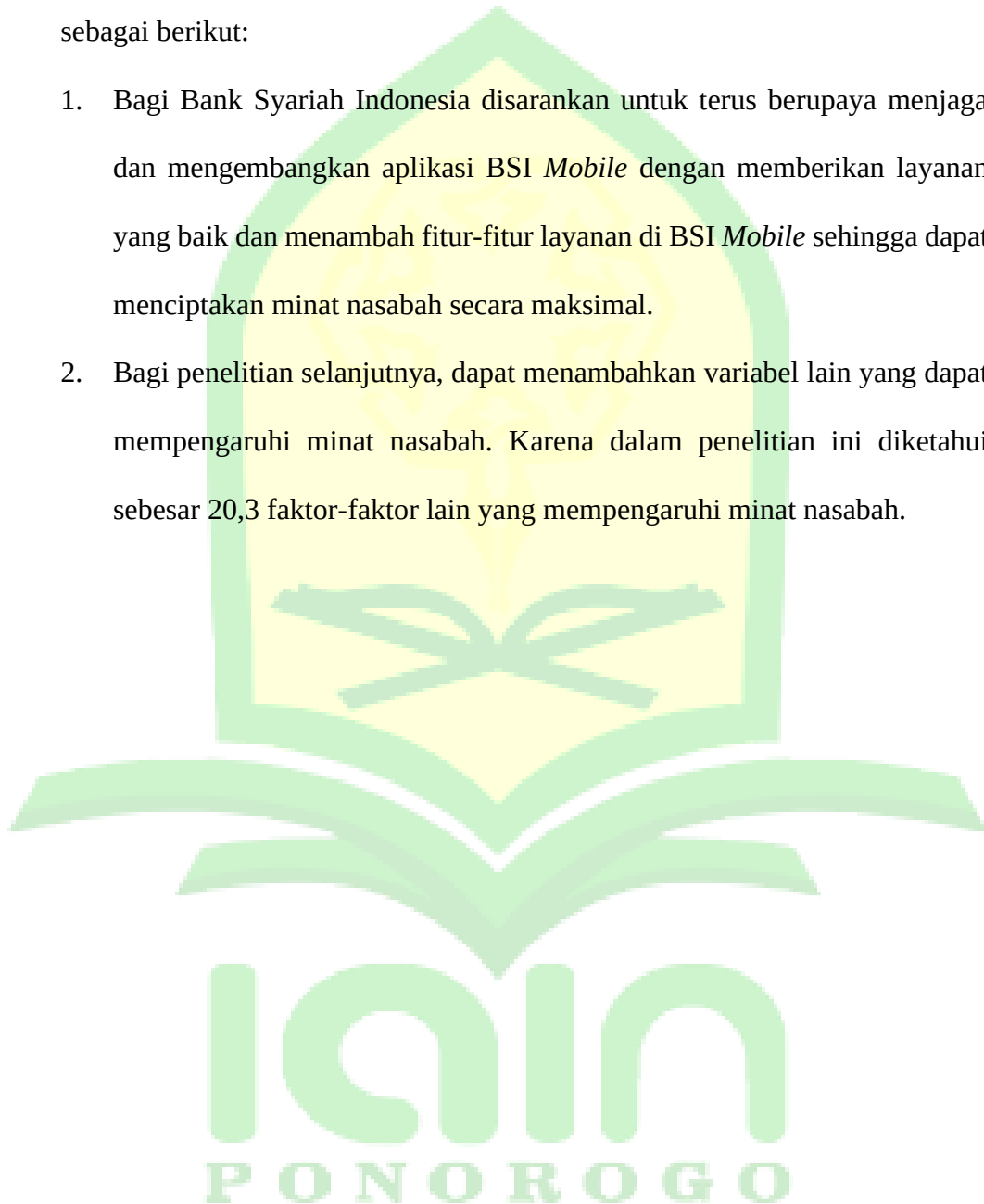
berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

3. Persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel minat nasabah sebesar 45,6% dan sisanya 54,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai koefisien positif menunjukkan adanya hubungan yang searah antara persepsi kemudahan dengan minat nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan aplikasi perbankan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.
4. Kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta. Variabel independent yaitu kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan mampu menerangkan variabel terikat yaitu minat nasabah sebesar 79,7% dan sisanya 20,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kredibilitas bank, persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan aplikasi perbankan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia KCP Ponorogo Soetta.

B. Saran

Berdasarkan analisis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan maka diajukan beberapa saran yang dapat bermanfaat yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia disarankan untuk terus berupaya menjaga dan mengembangkan aplikasi *BSI Mobile* dengan memberikan layanan yang baik dan menambah fitur-fitur layanan di *BSI Mobile* sehingga dapat menciptakan minat nasabah secara maksimal.
2. Bagi penelitian selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi minat nasabah. Karena dalam penelitian ini diketahui sebesar 20,3 faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Risma. "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan, Ketersediaan Fitur Terhadap Mobile Banking Bank Mandiri." *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah 2017.
- Aggraeni, Tania. "Pengaruh Sosial, Kredibilitas Bank, Dan Harapan Kinerja Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank CIMB Niaga Di Surabaya." *Surabaya: STIE Perbanas*, 2016.
- Agung, Anak Agung Putu. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Malang: UB Press, 2012.
- Akbar, Mohammad Aldrin, dkk. *E-Commerce Dasar Teori Dalam Bisnis Digital*. Yayasan Kita Menulis, 2020.
- Amrullah, Syukron. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Menggunakan BSI Mobile. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi risiko terhadap minat nasabah menggunakan BSI mobile." *Skripsi. IAIN Madura*, 2021.
- Andespa, Roni. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah." *Al Masraf: Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017 (Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang).
- Bachri, Naufal. *Kredibilitas Bank Syariah & Perilaku Nasabah*. Aceh: CV. Sefa Bumi Persada, 2021.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia, 2021.
- Duli, Nikolaus. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa kosep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data SPSS*. Yogyakarta: DEEPPUBLISH, 2019.
- Fadhallah. *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press, 2020.

- Farida, Uun, dan Zaki Baridwan. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keyakinan, Persepsi Kredibilitas Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Banking." *Skripsi*, 2016.
- Febriyani, Dyah Anggita. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Online Pada Mahasiswa UST Yogyakarta Pengguna Zalora." *Jurnal Ekobis Denantara Vol. 1 No. 11 November 2018*, 2018.
- Hadi, Syamsul, dan Novi. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking." *Jurnal Universitas Islam Indonesia*, 2016.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah*. Bandung: Ghalia Indonesia, 2010.
- Hermawan, Asep, dan Husna Leila Yusron. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Hurlock, Elizabeth B. *Perkembangan Anak*. Jakarta: PT. Erlangga, 1978.
- Imandari, Fitri. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Berperilaku Dalam Penggunaan E-Learning." *Artikel Universitas Brawijaya*, t.t.
- Iskandar, Hendra. "Preceived Usefulness, Preceived Ease of Use, and Acceptance of Information System Technology." *MIS Quarterly . Vol. 13 No. 3 (Probolingo: Universitas Panca Marga)*, 2016.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Pranada Media Group, 2011.
- Juliandi, Azuar, irfan dan Saprinal Manurung. *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press, 2014.
- Keller, K.L., & Aaker, D. A (1998). The Impact of Corporate Marketing on a Company's Brand Extensins. *Corporate Reputation Review*, 1(4), 356-378.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 1987.
- Lemeshow et. al, Stanley. *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 1997.

Minggat S.A, Rizky. “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Kredibilitas Terhadap Adopsi Internet Banking.” *Skripsi*, 2016.

Nugroho, Adi Sulisty, dan Walda Haritanto. *Metode Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Statistika*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2022.

Nurmalia, Vera Desy, dan Lilis Endang wijayanti. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Beli Secara Online.” *JRMB, Volume 13, No. 1, Juni 2018*, 2018.

Oktapiani, Nadila T. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kredibilitas Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk KC Medan Adam Malik dalam masa pandemic covid-19.” *Skripsi*, 2022.

Oktavia Pranoto, Margaretha. “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking” No 2302-9315 Vol. 8 No 1 Thn VIII Januari 2020 (2020).

Prayudi, I Gede, dkk. *A Studi: Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Kegunaan Untuk Membangun Kepercayaan Dan Niat Menggunakan Layanan Mobile Banking*. CV. Media Sains Indonesia, 2022.

Priyono. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing, 2016.

Ramadhan, Reza. “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas dan Persepsi Harga pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking.” *Skripsi*, 2016.

Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Rukajat, Ajat. *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deppublish, 2018.

Satu, Ratna Sari Saras, dkk. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card).” *jurnal Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 2019.

Siyoto, Sandu, dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publing, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.

Supranto. *Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga, 2000.

Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2015.

Sutha, Diah Wijayanti. *Biostatistika*. Malang: Media Nusa Creativ, 2019.

Syah, Muhibbin. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.

Widarjono, Agus. *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Proses SPSS, AMOS, dan SMARTPLS*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2015.

Widyanti, Dika Vivi. "Dika Vivi Widyanti, Pengaruh Kredibilitas Perbankan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Untuk Menggunakan Jasa Perbankan. *Journal Of Management*, Volume 2 No. 2 Maret 2016." *Journal Of Management* Volume 2 No. 2 (Maret 2016).

Winarno, Wahyu Agus. "Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)." *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi* Volume IV (1) (2017).

Wulansari, Andhita Dessy. *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Felicha, 2016.

Yudin, Ahmad. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia." *Skripsi*, 2021.

Yusuf, Muhammad, dan Lukman Daris. *Analisis Data Penelitian: Teori & Aplikasi dalam Bidang Perikanan*. Bogor: IPB Press, 2019.