



FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FASILITAS LAYANAN *MOBILE BANKING* PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KCP KLAMPIS DI SURABAYA

Ali Mufrodi

Universitas Muhammadiyah Surabaya

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Kemudahan, Keamanan dan Persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data melalui data primer atau melalui kuesioner yang disebarakan kepada nasabah, populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberipeluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel sebanyak 98 responden. Hasil Penelitian Dari Berdasarkan analisis Regresi Linier Berganda didapatkan nilai koefisien kemudahan (X1) sebesar 0.469 menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan, nilai koefisien keamanan (X2) sebesar 0.391 menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan, dan nilai koefisien persepsi manfaat (X3) sebesar 0.245 menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X3) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, keamanan dan manfaat sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* untuk nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Kata Kunci: Mobile Banking, Kemudahan, Keamanan, Persepsi Manfaat, Minat.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi sudah mengubah strategi dunia usaha termasuk perbankan dengan menempatkan teknologi informasi sebagai unsur utama dalam proses produksi atau jasa. ¹Perkembangan teknologi perbankan saat ini juga merupakan suatu kebutuhan yang penting salah satunya yaitu sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan permasalahan dengan cepat dan memudahkan pekerjaan. Dalam era yang sekarang ini, Kebanyakan dari pelanggan terutama nasabah bank, yang menginginkan suatu pelayanan yang sederhana dan praktis sehingga dapat bertransaksi tanpa harus mencatat terlebih dahulu dan tanpa membuang waktu mengantri. Pelayanan manual ini dirasa kurang efisien, karena secara riil kesibukan orang sebagai nasabah pada saat ini semakin meningkat. Sebagai nasabah pelayanan manual ini sangat membosankan bahwa terlalu lama mengantri sehingga nasabah kabur.²peran teknologi informasi dalam hal ini komputer menjadi hal yang penting karena perannya dapat mempermudah setiap pekerjaan manusia. Teknologi ini juga berdampak pada kemudahan pada dunia perbankan saat ini. Hal ini dikarenakan adanya desakan kompetisi di dalam perbankan sehingga berusaha untuk memberikan layanan terbaik untuk para nasabah mereka. Agar tidak terjadi kekeliruan dan ketertinggalan, dunia perbankan memerlukan teknologi informasi yang baik. Dalam perkembangan teknologi informasi ini menciptakan berbagai macam dan peluang bisnis di mana segala transaksi bisnis semakin mudah dan dapat dilakukan secara virtual atau elektronik. Seperti yang sudah disampaikan bahwa berkaitan dengan perkembangan teknologi tersebut memungkinkan setiap orang melakukan transaksi perbankan dengan mudah. Dalam menggunakan internet tidak hanya terbatas pada pemanfaatan informasi saja yang dapat diakses melalui media seperti handphone, tablet dan sebagainya, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana melakukan transaksi perbankan. Sebab salah satu

¹ Direktorat Penelitian dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, *Internet Banking Di Indonesia* Juni 2002 Hal. 39

²Jumaini 2012, "*Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Menarik Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam*", Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau), Hal 2



sektor bisnis yang paling berpengaruh oleh perkembangan teknologi adalah sektor perbankan.³

Menurut Marliza dalam Nisa, setiap bank pasti mempunyai akses yang sama atas teknologi yang ada, tetapi yang mampu memanfaatkannya dengan benar adalah yang berhasil menciptakannya ke dalam sebuah konfigurasi yang baik yang dapat diimplementasikan untuk mendukung produk dan layanan serta dioperasikan dengan tepat guna.⁴Media internet selain berfungsi untuk media informasi, juga sebagai alat bantu bagi perbankan dalam menjalankan transaksi keuangan. Sebab internet sudah tidak asing lagi yang sekarang ini menjadi elemen penting dalam kehidupan manusia khususnya di dunia perbankan atau lebih dikenal sebagai sebutan e-banking. *E-banking* yang dimaksud adalah teknologi perbankan dengan menggunakan internet dalam melaksanakan transaksi antara pihak bank dengannasabah.

Perkembangan perbankan saat ini memberikan penawaran kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam. termasuk layanan e-banking (*electronic banking*). Layanan e-banking saat ini hamper dimiliki semua bank umum yang ada, baik dengan jenis *delivery channel* seperti *SMS Banking*, *Video Banking* EDC (*Electronic Data Capture*), *Internet Banking* dan *Mobile Banking*. Hal tersebut juga sejalan dengan kecenderungan berkembang media sosial maupun kebijakan yang ada untuk mewujudkan atau mengarahkan transaksi pada masyarakat untuk tidak melulu melakukan transaksi dengan tunai (*less cash society*) sehingga telah banyak pelaku ekonomi atau masyarakat yang memanfaatkan layanan perbankan modern yang lebih efisien dan efektif.⁵

Saat ini bank berlomba-lomba menawarkan suatu bentuk produk jasa yang fungsinya mendukung berbagai kegiatan perbankan dengan nasabah. Hal ini karena semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga nasabah mulai banyak berubah. Mereka menginginkan suatu kemudahan sehingga lebih praktis, fleksibel, efisien dan sederhana. Kenyataan ini tentunya menjadi tantangan bagi dunia perbankan sehingga muncul kompetisi yang semakin ketat sehingga membuat nasabah semakin

³Mislah dan Sutisna. 2015. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah Vol.1 Nomor 1.

⁴Nisa. 2018. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi terhadap minat nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* bank syariah mandiri KCO Banda Aceh. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ar Raniry. Banda Aceh

⁵OJK “BijakBer-Electronic Banking (Jakarta, Mei 2015) 01



punya banyak pilihan.⁶ Oleh karena itu, untuk menarik dan mempertahankan para nasabahnya, bank berusaha memenuhi kebutuhan mereka dengan memberikan pelayanan berbasis teknologi salah satunya adalah *Mobile Banking*.

Bank Syariah sendiri memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. Bagi nasabah yang menginginkan kemudahan transaksi perbankan kapan dan dimana saja tanpa dibatasi tempat dan waktu, layanan perbankan melalui jaringan internet ini bisa diakses selama 24 jam. Dengan adanya fasilitas *Mobile Banking* nasabah akan semakin mudah untuk melakukan kegiatan perbankan yang diinginkan tanpa harus datang langsung ke bank. Dengan dunia teknologi yang semakin modern, mengharuskan bagi perbankan khususnya bank syariah untuk mewujudkan sistem teknologi informasi yang memadai. Bank syariah menawarkan produk dan jasa yang berbeda untuk nasabahnya yaitu produk dan jasa dengan sistem dan prinsip kesyariaahannya. Salah satu diantara lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah menghadirkan aplikasi dan mengimplementasikan e-banking tersebut khususnya *Mobile Banking* adalah PT Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Rema dan Setyohadi dalam Nisa menjelaskan pesatnya perkembangan teknologi informasi memberikan dampak secara global terhadap perbankan salah satu dampaknya adalah pengenalan *Mobile Banking* yang merupakan bagian dari *electronic commerce* sebagai layanan informasi perbankan melalui wireless paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada smartphone untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Melalui *Mobile Banking* pihak perbankan berusahamemberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan *Mobile Banking*, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek status kartu kredit serta pembayaran kartu kredit, pembayaran rekening listrik, telepon dan transaksi lainnya akan lebih mudah dilakukan. Bank Mandiri Syariah salah satu bank yang menawarkan pelayanan *Mobile Banking* yang disebut Mandiri Syariah Mobile (MSM). MSM merupakan layanan melalui saluran distribusi elektronik bank untuk

⁶Titis Widyastuti. 2008. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan konsumen terhadap pengaplikasian layanan *Mobile Banking* studi kasus di Kota Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.

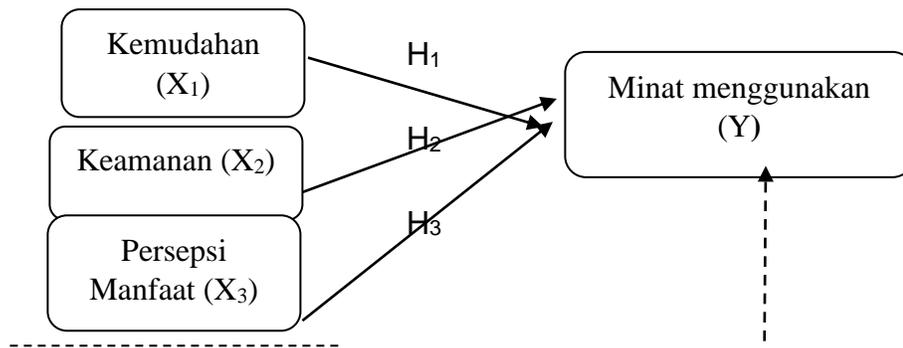


mengakses rekening yang dimiliki nasabah di bank melalui jaringan komunikasi dengan sarana telepon atau komputer tablet.⁷Mengutip dari tribunnews (2020), PT Bank Syariah Mandiri (Mandiri Syariah) mencatat pengguna *Mobile Banking* meningkat 25% pada Mei 2020 lalu. ⁸Hal ini menunjukkan bahwa daya minat nasabah terhadap *Mobile Banking* ini semakin tinggi.

Menurut Washaw dalam Bening persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan adalah faktor yang mempengaruhi segi penggunaan teknologi ini.⁹Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting bagi pengguna untuk bertransaksi melalui *Mobile Banking* ini. Persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor penting bagi pengguna untuk bertransaksi melalui *Mobile Banking* ini.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat para nasabah menggunakan teknologi *Mobile Banking* di Bank Syariah Mandiri Di Surabaya untuk mendukung kebutuhan mereka bertransaksi. Berdasarkan latar belakang yang di uraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN FASILITAS LAYANAN MOBILE BANKING PADA NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI DI SURABAYA”**.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

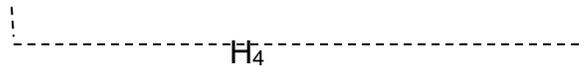


⁷Mandiri Syariah Mobile. <https://www.mandirisyahiah.co.id/consumer-banking/jasa-produk/mandiri-syahiah-mobile>

⁸Mandiri Syariah Catat Pengguna *Mobile Banking* Meningkat 25%. Diakses pada Desember 2020 di laman <https://www.tribunnews.com/bisnis/2020/05/20/mandiri-syahiah-catat-pengguna-mobile-banking-meningkat-25-persen>

⁹Bening. 2018. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* pada Bank BNI Syariah KCP Bantul. Skripsi. Tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.





Keterangan:

-----> = pengaruh simultan

————> = pengaruh parsial

1. H₁ = Kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya
2. H₂ = Keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya
3. H₃ = Persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya
4. H₄ = Kemudahan, Keamanan dan Persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya.

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Klampis Surabaya yang beralamat di Jl. Klampis Jaya No 10A Surabaya, Jawa Timur. populasi yang digunakan adalah 98 nasabah Bank Mandiri Syariah. Dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*.

Untuk memperoleh data dalam penelitian digunakan instrument Kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka. Untuk mengumpulkan data mengenai minat menggunakan *mobile banking* menggunakan instrumen kuesioner yang bersifat tertutup.

Disamping berdasarkan frekuensi, penelitian ini juga dianalisis berdasarkan nilai rata-rata. Untuk mengetahui rata-rata jawaban responden termasuk dalam kategori tertentu, berikut aturan kategorisasinya:

$$\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyaknya Kategori}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$



0.8 merupakan jarak interval kelas pada masing-masing kategori sehingga berlaku ketentuan dengan hasil berikut :

Interval	Kategori	Keterangan
1,00 – 1,80	1	Sangat Tidak Setuju (STS)
1,80 – 2,60	2	Tidak Setuju (TS)
2,60 – 3,40	3	Cukup Setuju (CS)
3,40 – 4,20	4	Setuju (S)
4,20 – 5,00	5	Sangat Setuju (SS)

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dengan sebelumnya menguji kualitas data yang diperoleh dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Dan menggunakan uji penyimpangan asumsi klasik serta uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data dari penyebaran kuesioner kepada 98 responden pengguna *Mobile banking di Surabaya*, maka dapat dikatakan valid ataupun reliabel apabila instrumen atau indikator yang digunakan dalam memperoleh data adalah valid atau reliabel. Sehingga perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan metode koefisien korelasi *Product Moment* dengan taraf signifikansi 0,05 sedangkan untuk uji reliabilitas digunakan metode *Crobanch's Alpha*.

Uji validitas dilakukan dengan melihat r hitung dan r tabel dari setiap item pernyataan melalui pengolahan data yang dilakukan dengan program SPSS. Setiap item pernyataan dikatakan valid jika r hitung > r tabel. Hasil uji validitas dalam penelitian ini dari setiap item pernyataan adalah sebagai berikut: Variabel kemudahan terdiri dari 10 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel kemudahan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai r tabel di dapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.196.

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel keamanan (X_2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Variabel keamanan terdiri dari 4 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai



nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel keamanan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai r-tabel di dapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.196.

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel persepsi manfaat (X_3) dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Variabel persepsi manfaat produk terdiri dari 8 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel persepsi manfaat dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai r-tabel di dapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.196.

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel minat menggunakan (Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini: Variabel minat menggunakan terdiri dari 6 item pernyataan. Korelasi setiap item pernyataan mempunyai nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel, sehingga berdasarkan uji validitas menunjukkan bahwa pada semua item pernyataan pada variabel minat menggunakan dinyatakan valid dan dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian. Nilai r-tabel di dapat dari $df=N-2$ dengan pengujian 2 arah pada tingkat signifikansi 0.05 yaitu sebesar 0.196.

Untuk menguji keandalan (reliabel) suatu pernyataan digunakan teknik analisis *Cronbach's Alpha* untuk tiap variabel penelitian melalui program SPSS. Hasil pengujian ini dapat dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.¹⁰ Hasil uji reliabilitas dari variabel-variabel yang diteliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Kemudahan (X_1)	0.848	0.6	Reliabel
Keamanan (X_2)	0.649	0.6	Reliabel
Persepsi Manfaat (X_3)	0.730	0.6	Reliabel
Minat	0.684	0.6	Reliabel

¹⁰ Maholtra, N, Service Quality Of Fronline Employees : A profile deviation analysis journal of business research, vo; 6 no 9 2012. 289

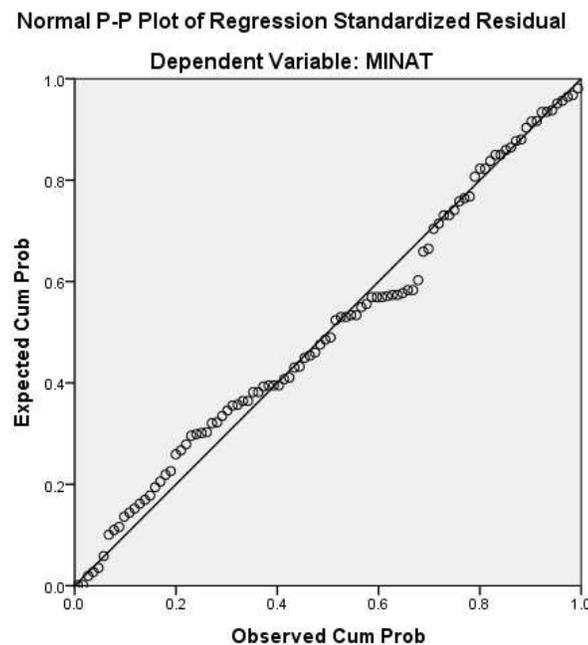
Menggunakan (Y)			
--------------------	--	--	--

Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3) dan minat menggunakan (Y) lebih besar dari 0.6 sehingga dapat disimpulkan data telah reliabel yang berarti bahwa kuesioner dapat digunakan dalam penelitian.

Untuk dapat menguji normalitas model regresi, penelitian ini menggunakan metode *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya, jika data tidak menyebar jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dari hasil statistik, dapat dilihat pada gambar 4.1.

Gambar 4.1 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



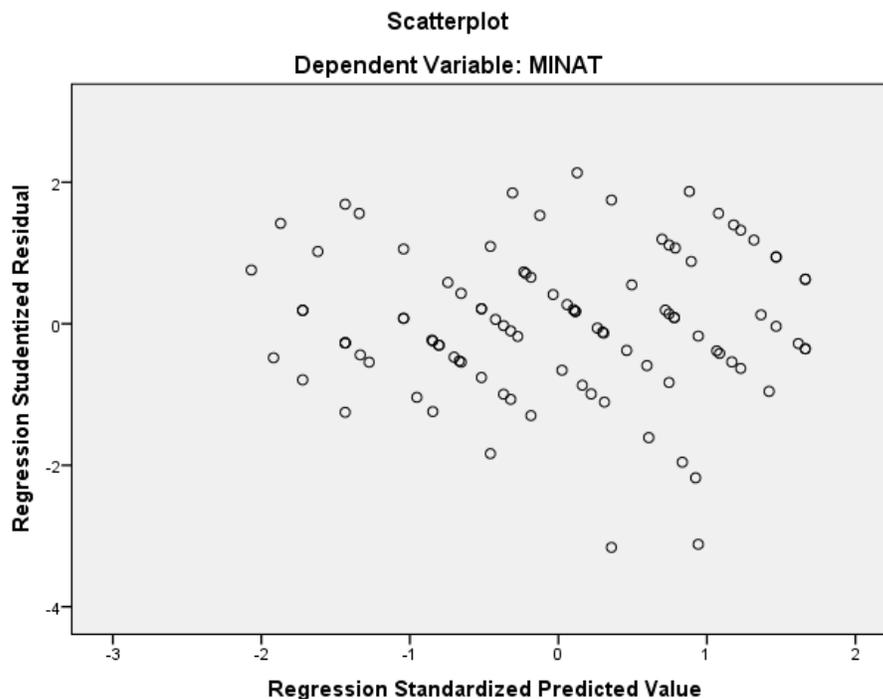
Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2021)

Pada gambar 4.1 Hasil uji normalitas pada gambar grafik terlihat bahwa penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik tidak menyebar

jauh dari garis diagonal atau mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi terjadinya nilai relevan yang berbeda dari setiap varian variabel bebas yaitu kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3) dalam model regresi. Masalah heteroskedastisitas dalam penelitian ini dideteksi dengan menggunakan *scatterplot* yaitu dengan memplotkan *standardized predictors* dengan *standardized residual* model. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil *scatterplot* yang didapatkan dari output SPSS.

Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2021)



Pada gambar 4.2 Hasil uji heteroskedastisitas pada gambar diatas terlihat bahwa *scatterplot* tidak membentuk suatu pola tertentu serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas yaitu kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3). Multikolinieritas dapat diketahui dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* < 0.1 atau *Variance Inflation Factor* (VIF) > 10, maka terjadi multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* > 0.1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
X ₁	0,152	6,574	Tidak terjadi Multikolinieritas
X ₂	0,226	4,434	Tidak terjadi Multikolinieritas
X ₂	0,304	3,291	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2020)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, nilai *tolerance* semua variabel lebih dari 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) kurang dari 10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data penelitian ini tidak mengalami *multikolinieritas* antar variabel bebas.

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis regresi dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.14 Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.941	1.578		2.497	.014
X ₁	.469	.080	.819	5.853	.000



X2	.391	.155	.291	2.539	.013
X3	.245	.079	.308	3.110	.002

Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.941 + 0.469 X_1 + 0.391 X_2 + 0.245 X_3 + e$$

Keterangan.

X_1 : kemudahan

β_1 : Koefisien arah regresi variabel kemudahan

X_2 : keamanan

β_2 : Koefisien arah regresi variabel keamanan

X_3 : persepsi manfaat

β_3 : Koefisien arah regresi variabel persepsi manfaat

Y : minat menggunakan

e : Residual Error dari masing-masing variabel

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Apabila nilai variabel yang terdiri dari kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3) mempunyai nilai nol, maka variabel minat menggunakan akan tetap sebesar 3.941, karena nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 3.941.
- Nilai koefisien kemudahan (X_1) sebesar 0.469 menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.
- Nilai koefisien keamanan (X_2) sebesar 0.391 menunjukkan bahwa variabel keamanan (X_2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.
- Nilai koefisien persepsi manfaat (X_3) sebesar 0.245 menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X_3) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan.

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam hal ini kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan (Y).

Berdasarkan tabel 4.15 dibawah, diketahui bahwa kemudahan (X_1), keamanan (X_2), persepsi manfaat (X_3) secara bersama-sama (simultan)

berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari α 0.05 dengan nilai Fhitung sebesar 80.483 lebih besar dari Fhitung sebesar 2.70

Tabel 4.15 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	261.118	3	87.039	80.483	.000 ^b
	Residual	101.657	94	1.081		
	Total	362.776	97			

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel 4.14 diatas, maka diketahui bahwa variabel kemudahan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 5.853 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial

Nilai signifikansi untuk variabel keamanan (X_2) sebesar 0.013 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 2.530 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial

Nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat (X_3) sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 3.110 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial.

Pengukuran koefisien determinasi berganda bertujuan untuk mengetahui besarnya korelasi dan hubungan variabel dari model regresi pada penelitian ini serta mengukur seberapa dekat garis regresi yang diestimasi terhadap data yang sebenarnya. Hal ini dapat dilihat melalui koefisien R dan R^2 . Hasil

pengukuran koefisien korelasi berganda penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848 ^a	.720	.711	1.039

Sumber: data primer diolah dengan SPSS (2021)

Dari tabel 4.14 diatas, hasil menunjukkan R sebesar 0.848 menunjukkan bahwa hubungan korelasi antara minat menggunakan dengan variabel kemudahan (X₁), keamanan (X₂), persepsi manfaat (X₃) adalah kuat, karena nilai R lebih dari 0.5 maka dapat dikatakan berkorelasi kuat. Dari perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan SPSS, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda adjusted R Square adalah 0.711 atau sebesar 70.2%. Nilai ini menunjukkan variasi variabel minat menggunakan dipengaruhi oleh variabel kemudahan (X₁), keamanan (X₂), persepsi manfaat (X₃) sisanya sebesar 29.8% berhubungan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudahan Parsial Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fasilitas Layanan *Mobile Banking* Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Di Surabaya

Dari Nilai koefisien kemudahan (X₁) sebesar 0.469 menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X₁) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Ini berarti kemudahan parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan fasilitas layanan mobile banking nasabah bank Syariah Mandiri di Surabaya, selain itu didukung berdasarkan hasil uji t dengan SPSS yang disajikan pada tabel 4.14 diatas, maka diketahui bahwa variabel kemudahan (X₁) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y). Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 5.853 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial. Artinya memang ada korelasi baik dan terbukti bahwa kemudahan parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan fasilitas layanan mobile banking nasabah bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Selain itu karena variabel ini memenuhi indicator kemudahan yang disampaikan oleh Ahmad dan Pambudi yaitu *Mobile Banking* sangat mudah untuk dipelajari (*easy to learn*), *Mobile Banking* sangat mudah untuk dioperasikan (*understandable*), *Mobile Banking* mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do*), Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan *Mobile Banking* (*doesn't require a lot of mental effort*) dan Fleksibel (*flexibel*).¹¹

Keamanan Parsial Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fasilitas Layanan *Mobile Banking* Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Di Surabaya

Nilai koefisien keamanan (X2) sebesar 0.391 menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Selain itu didukung oleh nilai signifikansi untuk variabel keamanan (X2) sebesar 0.013 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 2.530 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial. Dari dua nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nilai keamanan parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan mobile banking nasabah bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Hal ini juga dikarenakan variabel ini memenuhi indicator keamanan yang disampaikan oleh Mulyana yaitu tentang jaminan keamanan dan kerahasiaan data.

Keamanan, adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.¹²

¹¹ Ahmad., Bambang Setiyo Pambudi. *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI*. Jurnal Studi Manajemen, Vol.8, No. 1. 2014. 4

¹² Deddy Mulyana, . 2016. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke 18. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. 30



Hasil penelitian Sathye dalam Tjini dan Baridwan menyatakan bahwa keamanan merupakan isu yang paling penting dan sering kali dengan publikasi mengenai keamanan di media membuat kepercayaan nasabah terhadap keamanan internet banking berkurang.¹³

Manfaat Parsial Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fasilitas Layanan Mobile Banking Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Di Surabaya

Berdasarkan nilai koefisien persepsi manfaat (X3) sebesar 0.245 menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X3) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan didukung oleh nilai signifikansi untuk variabel persepsi manfaat (X3) sebesar 0.002 lebih kecil dari 0.05 dan dengan nilai thitung sebesar 3.110 lebih besar dari ttabel sebesar 1.98609. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi manfaat (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel minat menggunakan secara parsial. Dari dua nilai tersebut maka dapat disimpulkan bahwa manfaat parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan mobile banking nasabah bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Hal ini juga mendukung indicator yang persepsi manfaat Andrean Septa Yogananda dan I Made Bayu Dirgantara yaitu mempermudah transaksi, mempercepat transaksi, memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi dan meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi.¹⁴

Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi. Hasil uji secara

¹³ Tjini, dan Baridwan. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan Internet Banking*. Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang. 45

¹⁴ S. Yogananda, and I. M. B. Dirgantara. 2017. "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik," Diponegoro Journal of Management, vol. 6, no. 4, pp. 116-122

parsial antara manfaat dengan minat nasabah menggunakan layanan mobile banking menyatakan bahwa manfaat berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking. Hasil penelitian ini mendukung teori TAM (Technology Acceptance Model) yang diperkenalkan oleh davis , dimana dalam teori TAM mengasumsikan bahwa penerimaan seseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh variabel persepsi kebermanfaatan.¹⁵

Kemudahan, Keamanan Dan Persepsi Manfaat Berpengaruh Terhadap Minat Menggunakan Fasilitas Layanan Mobile Banking Nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Di Surabaya

Berdasarkan analisis Regresi Linier Berganda didapatkan nilai koefisien kemudahan (X1) sebesar 0.469 menunjukkan bahwa variabel kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan, nilai koefisien keamanan (X2) sebesar 0.391 menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan, dan nilai koefisien persepsi manfaat (X3) sebesar 0.245 menunjukkan bahwa variabel persepsi manfaat (X3) berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan, keamanan dan manfaat sangat berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking untuk nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Selain itu didukung dari perhitungan koefisien determinasi berganda dengan bantuan SPSS, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi berganda adjusted R Square adalah 0.711 atau sebesar 70.2%. Nilai ini menunjukkan variasi variabel minat menggunakan dipengaruhi oleh variabel kemudahan (X1), keamanan (X2), persepsi manfaat (X3) sisanya sebesar 29.8% berhubungan dengan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini jelas mendukung bahwa dengan adanya Kemudahan, Keamanan dan Persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri di Surabaya.

Berdasarkan hasil analisa dan pengujian hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini. Hasil uji f kemudahan, manfaat dan keamanan

¹⁵ Davis, Gordon B. 2014. *Bagian I. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo. 45

berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya. Hal ini berarti ketiga hipotesis sudah terbukti. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kemudahan, manfaat, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking Bank Mandiri Syariah di Surabaya artinya bahwa semakin meningkat nilai kemudahan, manfaat, dan keamanan maka akan meningkatkan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya secara signifikan dan sebaliknya jika menurun nilai kemudahan, manfaat, dan keamanan, maka akan menurunkan minat nasabah dalam menggunakan mobile banking pada Bank Mandiri Syariah di Surabaya.

PENUTUP SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan metode kuantitatif, maka dapat peneliti simpulkan sebagai berikut: (1) Variabel kemudahan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya, (2) Variabel keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya, (3) Variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya, (4) Variabel Kemudahan, Keamanan dan Persepsi manfaat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya.

SARAN

Beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dan penelitian lebih lanjut antara lain: Terus meningkatkan faktor kemudahan, kemanan dan persepsi manfaat agar meningkatkan minat menggunakan fasilitas layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya, Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi, pendukung, pedoman, pembanding, dan diharapkan untuk menambah variabel lain yang dapat dijadikan indikator dalam penelitian lanjutan tentang faktor yang mempengaruhi minat menggunakan fasilitas



layanan *mobile banking* pada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Klampis Surabaya

DAFTAR PUSTAKA

<https://www.mandirisyariah.co.id/tentang-kami/sejarah> diakses pada tanggal 30 Mei 2021

- Adamson, I., & Shine, J. 2013. *Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury*. *Technology Analysis & Strategic Management*. Vol. 15 No. 4: pp 441-455.
- Ahmad., Bambang Setiyo Pambudi. 2014. *Pengaruh Persepsi Manfaat Persepsi Kemudahan Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan Internet Banking Studi pada Program Layanan I-Banking BRI*. *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No. 1
- Akhmad Fakhrurozi "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta" Skripsi, (Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2018) Hal 11
- Amijaya, Tisna And Pengestuti, Irene Demi And Mawardi, Wisnu "Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Sales Growth Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listed Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2014)" (Master Thesis – Universitas Diponegoro 2016)
- Andi Achru P. "Pengembangan Minat Belajar Dalam Pembelajaran (Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Alauddin Makassar) *Jurnal Idaarah*, Vol. Iii, No. 2, Desember 2019 Hal 207
- Andrian Septa Yogananda Dan I Made Bayu Dirgantara Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik (*Jurnal Manajemen Volume 6, Nomor 4*) 2017. 4
- Arief Wibowo, 2016, *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta



- Bangkara, Rajendra Prasada Dan Ni Putu Sri Harta Mimba. (2016). Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening. Diambil Dari :
(<https://ojs.unud.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/21551>).
- Bening. 2018. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Pada Bank Bni Syariah Kcp Bantul. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Budi Agus Riswandi, Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2005 83
Dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi
- Danu Eko Agustinova, S.Pd., M.Pd, *Memahami Metode Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta, Calpulis, 2015), Hal 10.
- Davis, Gordon B. 2014. *Bagian I. Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Pressindo.
- Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya. 2016. 28
- Direktorat Penelitian Dan Pengaturan Perbankan Bank Indonesia, Internet Banking Di Indonesia Juni 2002 Hal. 39
- Dwimastia Harlan, "*Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan* Elia Nasiroh "*Pengaruh Penggunaan Internet Banking Dan Dana Pihak Ketiga Terhadap Pendapatan Laba Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode Tahun 2012 –2016*" , Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta 2017) Hal 77
<https://kbbi.web.id/minat> Diakses Pada tanggal 12 Jan 2021
- Ibid 5
- Ikbar Wibiadila Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Survei Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Solo, (Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta 2016).
- Imam Andero Skripsi "*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E-Money*" (Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta 2016) Hal 38

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2016.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto.2018. *Sistem Teknologi Informasi Edisi III*. Yogyakarta : ANDI, 2018
- John D. Howard “An Analysis Of Security Incidents On The Internet” (Disertasi – Carnegie Mellon University) 1997
- Jumaini “Sistem Layanan *Mobile Banking* Dalam Menarik Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, Skripsi (Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari’ah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) 2012, Hal 2
- Lallmahamood, Muniruddeen. 2017. *An Examination of Individual’s Perceived Security and Privacy of the Internet in Malaysia and the Influence of This on Their Intention to Use E- Commerce: Using An Extension of the Technology Acceptance Model*. Journal of Internet Banking and Commerce. Vol. 12, No. 3, Hal 1-26.
- Mandiri Syariah Catat Pengguna *Mobile Banking* Meningkat 25%. Diakses Pada Desember 2020 Di Laman <https://www.tribunnews.com/Bisnis/2020/05/20/Mandiri-Syariah-Catat-Pengguna-Mobile-Banking-Meningkat-25-Persen>
- Mandiri Syariah Mobile. <https://www.mandirisyariah.co.id/Consumer-Banking/Jasa-Produk/Mandiri-Syariah-Mobile>
- Mario Ledesman “ Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya” Skripsi (Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018) Hal 107
- Menggunakan E-Banking Pada Umkm Di Kota Yogyakarta*” (Skripsi – Universitas Negeri Yogyakarta 2014) 83
- Mislah Dan Sutisna. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking. Jurnal Nisbah Vol.1 Nomor 1.
- Muhammad Irham Farohi “Pengaruh Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Social Networking Site* (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada.Co.Id Di Kota Semarang) (Skripsi - Universitas Negeri Semarang) 2017.
- Ni Putu Bella Novindra Dan Ni Ketut Rasmini “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kegunaan, Dan Computer Self Efficacy Pada



Minat Penggunaan E-Spt” Diambil Dari : (

<https://Ojs.Unud.Ac.Id/Index.Php/Akuntansi/Article/View/28364>)

- Nisa. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri Kco Banda Aceh. Skripsi. Tidak Diterbitkan. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Ar Raniry. Banda Aceh
- Ojk “Bijakber-Electronic Banking (Jakarta, Mei 2015) Hal. 01
- Panggih Rizki Dwi Istiarni Dan Paulus Basuki Hadiprajitno “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia) (Jurnal Akuntansi - Universitas Diponegoro) 2014 19-20
- Pratama, D. H, Hubungan Antara Resiko Pekerjaan Manual Handling, Usia Dan Masa Kerja Dengan Risiko Gangguan Sistem Muskuloskeletal Pada Pekerja Bagian Perakitan Penulangan Besi Beton Di Pt Karya Beton Boyolali. (Skripsi - Universitas Muhammadiyah Surakarta 2015). Hal 197.
- Reza Ramadhan.2017.*Persepsi Kemudahan Penggunaan Persepsi Kredibilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking*, volume 4, nomor 6
- S. Yogananda, and I. M. B. Dirgantara.2017."*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik*," Diponegoro Journal of Management, vol. 6, no. 4, pp. 116-122
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta.
- Seomarso, F. I. 2018. *Analisi pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan, kepercayaan nasabah dan kebermanfaatan terhadap minat menggunakan e-banking*. Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah , Vol 8 , No.2 .
- Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, Dan Usep Suhud Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta) (Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia -



- Siti Zuraidah Lutfiati Skirpsi “Minat membaca Karya Sastra Pada siswa kelas XII SMK BUDHI WARMAN II Pekayon Jakarta Timur” (Jurusan Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta) Hal.8
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta (2017)
- Suharsimi Arikanto, *Prosedur Penelitian*,(Jakarta;Pt Asdi Mahasatya,2014),Hal 172.
- Syamsul Hadi Dan Novi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile Banking* (*Jurnal - Universitas Islam Indonesia*) 2015. 58
- Titis Widyastuti. 2008. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Pengaplikasian Layanan *Mobile Banking* Studi Kasus Di Kota Yogyakarta. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia: Yogyakarta.
- Tjini, dan Baridwan. 2013. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan Internet Banking*. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*. Universitas Negeri Jakarta) 2015. 443
- Vina Pandu Winata, S. d. 2018. *Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan BSM Mobile Banking*. *Ekonomika Syariah Journal Of Economic*, Vol. 2 , No. 2.
- Zahid, N. A. 2010. *Consumer Acceptance of Online Banking*. *European Journal of Economics , Finance and Administrative Science*

