

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA *MOBILE*
*BANKING***
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin
Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
SITI ULFIANI
NIM. 1917202168

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2023**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Ulfiani

NIM : 1917202168

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Efektivitas Sistem Layanan Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 08 Juni 2023
Saya yang menyatakan



Siti Ulfiani
1917202168



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553, Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP
EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA *MOBILE BANKING*
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Eknomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara Siti Ulfiyani NIM 1917202168 Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 06 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Chandra Warsito S. TP., S.E., M.Si.
NIP. 19790323 201101 1 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Umdah Aulia Rohmah, M.H.
NIP. 19930421 202012 2 015

Pembimbing/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Purwokerto, 18 Juli 2023

Mengesahkan

Dr. H. Jannah Modul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di –

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Siti Ulfiani NIM 1917202168 yang berjudul

Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Efektivitas Sistem Layanan Pengguna Mobile Banking (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 08 Juni 2023

Pembimbing



Enjen Zaenal Mutaqin, M. Ud.

NIP. 19881003 201913 1 015

MOTTO

“Jangan takut salah, jangan takut gagal, dan jangan malu-malu. Karena besok orang bakal lupa dan setahun lagi orang bakal gak peduli.”

_SitiUlfiani



**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA *MOBILE
BANKING*
(Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

**SITI ULFIANI
1917202168**

E-mail : sitiulfiani15@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Mobile banking adalah layanan perbankan dengan menggunakan teknologi informasi. Layanan ini merupakan salah satu peluang bagi bank untuk membantu memfasilitasi dan mendapatkan keuntungan dari perjanjian bersyarat bank. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara online. Dari banyaknya mahasiswa FEBI yang menggunakan aplikasi layanan *mobile banking* terdapat beberapa mahasiswa yang tidak menggunakan dikarenakan beberapa alasan diantaranya; belum mempunyai aplikasi, tidak percaya diri, dan takut terjadi kesalahan dalam pengoperasiannya. Maka dari itu peneliti akan meneliti seberapa banyak mahasiswa FEBI yang mengaplikasikan *mobile banking*.

Penelitian ini akan mengkaji seberapa besar persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan *mobile banking* bagi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknis analisis regresi berganda untuk menganalisis data yang dikumpulkan dari kuesioner yang dibagikan kepada 200 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen yaitu persepsi kemanfaatan dan persepsi kemudahan, serta variabel dependen yaitu efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa. Kemudian, analisis data yang digunakan, yaitu analisis statistik deskriptif, analisis regresi linier berganda, heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan autokorelasi dengan menggunakan IBM SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) persepsi kemanfaatan berpengaruh terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa. 2) persepsi kemudahan berpengaruh terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa. 3) secara simultan semua variabel bebas dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa.

Kata kunci : Kemanfaatan, Kemudahan, Efektivitas, Sistem Layanan, *Mobile Banking*

**THE INFLUENCE OF PERCEPTIONS OF USEFULNESS AND
CONVENIENCE ON MOBILE BANKING USER SERVICE SYSTEM
EFFECTIVENESS (Case Study of Students of the Faculty of Islamic
Economics and Business UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

SITI ULFIANI

1917202168

E-mail : sitiulfiani15@gmail.com

*Islamic Banking Study Program, Department of Islamic Economics and Finance.
Faculty of Economics and Islamic Business UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri
Purwokerto*

ABSTRACT

Mobile banking is a banking service using information technology. This service is an opportunity for banks to help facilitate and benefit from bank conditional agreements. Mobile banking allows customers to make transactions online. Of the many students who use the mobile banking service application, there are some students who do not use it due to several reasons including; do not have an application, not confident, and afraid of errors in operation. Therefore researchers will examine how many students apply mobile banking.

This study will examine how much the perceived usefulness and convenience of the effectiveness of the mobile banking service system for students. This study uses quantitative research methods with multiple regression analysis techniques to analyze data collected from questionnaires distributed to 250 respondents from Islamic economics and business faculties. the variables in this study consisted of independent variables, namely perceived usefulness and perceived convenience. and the dependent variable, namely the effectiveness of the mobile banking user service system for students. Then, the data analysis used was descriptive statistical analysis, multiple linear regression analysis, heteroscedasticity, multicollinearity, and autocorrelation using IBM SPSS 25.

The results of the study show that: 1) perceived usefulness influences the effectiveness of the mobile banking user service system for students. 2) perceived convenience affects the effectiveness of the mobile banking user service system for students. 3) simultaneously all the independent variables in this study have a positive and significant effect on the effectiveness of the mobile banking user service system for students.

Keywords: *Benefits, Convenience, Effectiveness, Service System, Mobile Banking*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I Nomor 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	D	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zal	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Tha	TH	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zha	ZH	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	...'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
ه	Ha	H	Ha
و	Waw	W	We
ء	Hamzah	..'..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

عِدَّة	ditulis	'iddah
--------	---------	--------

3. Ta'marbutah

حكمة	ditulis	Hikmah
------	---------	--------

(ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap kedalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
----------------	---------	--------------------

- b. Bila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* dan *kasrah* atau *dhammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	ditulis	Zakât al-fiṭr
------------	---------	---------------

4. Vokal pendek

◌َ	Fathah	ditulis	a
◌ِ	Kasrah	ditulis	i
◌ُ	Dammah	ditulis	u

5. Vokal panjang

1	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2	Fathah + ya' mati	ditulis	a
	تنس	ditulis	tansa
3	Kasrah + ya' mati	ditulis	i
	كريم	ditulis	Karîm
4	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	Furûd

6. Vokal rangakap

1	Fathah + ya' mati	ditulis	ai
---	-------------------	---------	----

	بينكم	ditulis	bainakum
2	Fathah + wawu mati	ditulis	au
	قول	ditulis	qaul

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qamariyyah

القياس	ditulis	Al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya.

السماء	ditulis	As-samâ
--------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi pengucapannya

ذوالفروض	ditulis	Zawi al-furûd
----------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat kepada hamba-Nya, sehingga menjadikan kita sebagai orang-orang yang berfikir dan saya masih diberi kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini. Sholawat dan salam tetap tucurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sahabat, tabi'in, dan semua umatnya. Semoga kita mendapat syafaatnya di hari kiamat.

Dalam menyusun skripsi ini, tentu saja banyak dukungan, motivasi dan pengarahan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini diselesaikan, maka peneliti berterima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Roqib, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Dr. Atabik, M.Ag Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Iin Solikhin, M.Ag Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Yoiz Shofwa Shahrani, S.P, M.Si Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si, Ak selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud. selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terimakasih atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, tenaga, waktu serta kesabaran beliau demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah SWT selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan

9. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
10. Segenap Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
11. Kedua orang tua penulis, Bapak Parikun Yazid dan Ibu Nining Malihatun yang merupakan sosok terhebat dalam hidup penulis karena telah mencurahkan segenap kasih sayang, merawat, mendidik, serta doa-doa yang tak henti-hentinya mereka panjatkan untuk penulis dan memberikan semangat, serta dukungan kepada penulis, semoga selalu diberi keberkahan dan keselamatan oleh Allah SWT
12. Adik penulis, Marisa Ghafira Ulfah terimakasih telah memberikan doa, motivasi dan semangat kepada penulis
13. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah D angkatan 2019, terimakasih atas kebersamaannya dalam suka maupun duka, dukungan dari teman-teman kepada penulis tidak akan pernah terlupakan dan semoga tetap terjalin silaturahmi yang baik satu sama lain
14. Sahabat penulis Isna Anggita Sari, Wiwit Yuni Pratiwi, Sifdiatul Kirom, Nurhidayati, Seniatin Azanah dan Frila Nurkhofifah yang senantiasa memberikan semangat, bantuan, dan mendoakan penulis selama menyusun skripsi ini terimakasih atas semuanya semoga kalian bahagia dan sehat selalu
15. Musisi Petrus Mahendra terimakasih telah menciptakan lirik lagu-lagu indah nan merdu yang selalu menemani penulis selama menyelesaikan skripsi ini, ditunggu untuk single dan album berikutnya
16. Terakhir untuk diri sendiri Siti Ulfiani atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan skripsi ini, semoga saya tetap rendah hati karena ini baru awal dari semuanya dan masih banyak tahap yang harus saya lewati.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Peneliti menyadari bahwa ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya dan pembaca pada umumnya.

Purwokerto, 08 Juni 2023



Siti Ulfiani

1917202168



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 – Jumlah Aset Terbesar.....	10
Tabel 1.2 – Pengguna Layanan Internet Banking dan Mobile Banking ...	11
Tabel 2.1 – Kajian Pustaka.....	21
Tabel 3.1 – Indikator Penelitian.....	54
Tabel 3.2 – Skor Skala Likert	59
Tabel 3.3 – Indikator Variabel	59
Tabel 4.1 – Prodi/ Jurusan Responden	75
Tabel 4.2 – Jenis Kelamin Responden	75
Tabel 4.3 – Lama Menggunakan Mobile Banking	76
Tabel 4.4 – Statistik Deskriptif	76
Tabel 4.5 – Perhitungan Kategori Variabel	77
Tabel 4.6 – Kategori Kemanfaatan Mobile Banking	79
Tabel 4.7 – Kategori Kemudahan Mobile Banking	79
Tabel 4.8 – Kategori Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking	80
Tabel 4.9 – Uji Validitas	81
Tabel 4.10 – Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.11 – Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.12 – Hasil Uji Multikolinieritas	84
Tabel 4.13 – Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Tabel 4.14 – Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	86
Tabel 4.15 – Hasil Uji T.....	88
Tabel 4.16 – Hasil Uji F	89
Tabel 4.17 – Hasil Koefisien Determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

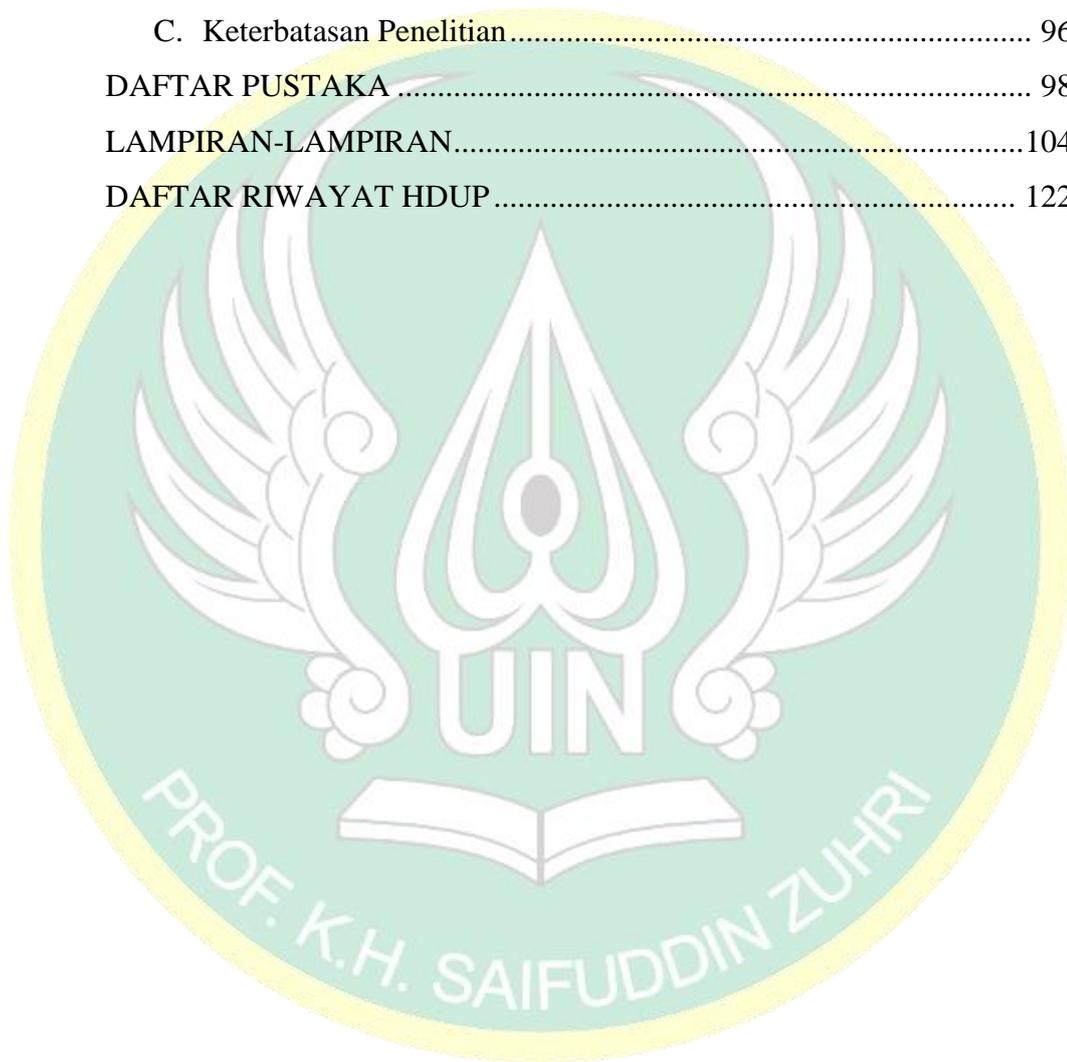
Kerangka Berfikir	46
Struktur Organisasi	73



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA.....	vii
KATA PENGANTAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan dan Manfaat	13
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI	16
A. Kajian Pustaka.....	16
B. Kerangka Teori.....	26
C. Landasan Teologis	40
D. Rumusan Hipotesis	47
BAB III	52
METODE PENELITIAN	52
A. Jenis Penelitian	52
B. Tempat dan Waktu Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel Penelitian	52
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	54
E. Pengumpulan Data Penelitian	58
F. Analisis Data Penelitian	60
BAB IV	69
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
A. Gambaran Umum.....	69
B. Deskripsi Responden	74

C. Hasil Penelitian	80
D. Pembahasan	90
BAB V	95
PENUTUP.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	96
C. Keterbatasan Penelitian.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	104
DAFTAR RIWAYAT HDUP	122



DAFTAR LAMPIRAN

Lampitan 1 – Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 – Tabulasi Jawaban Responden	108
Lampiran 3 – Output SPSS	112
Lampiran 4 – Bukti Penyebaran Kuesioner	121



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, Indonesia merupakan salah satu negara yang mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat cepat, para teknologi informasi saat ini menjadi suatu yang penting dalam menyelesaikan kebutuhan kehidupan, serta mempermudah pekerjaan yang ada. Perbankan saat ini sangat memperhatikan peran teknologi informasi, terutama dalam sistem *computerize* yang mana memberikan transaksi yang ada di dunia perbankan. Perusahaan pemerintah banyak yang ingin mengubah dirinya menjadi pembangkit daya (*power house*) bisnis global melalui berbagai investasi besar dalam *e-business*, *ecommerce*, dan usaha teknologi informasi lainnya secara global. Sistem teknologi yang semakin berkembang membuat para manajer bisnis dan praktis bisnis mendapatkan tantangan besar untuk mendukung bisnis modern di perusahaan. Perkembangan teknologi dapat memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi online serta dapat menciptakan jenis-jenis dan peluang bisnis yang baru (Amatun Nur Makmuriyah, 2020).

Periode globalisasi ini, di Indonesia telah mengalami perkembangan teknologi dan keuntungan yang begitu cepat. Teknologi informasi telah menjadi tuntutan yang sangat penting. Memang sebagai tuntutan kritis bagi setiap orang untuk memecahkan suatu masalah dengan cepat dan mempermudah segala pekerjaan. Seiring dengan keadaan tersebut, perkembangan teknologi informasi, khususnya bagian dari komputer, mendapat perhatian yang sungguh-sungguh serius. Teknologi informasi ini memiliki dampak yang luar biasa dalam dunia perbankan saat ini. Akhir-akhir ini banyak terjadi perubahan di bidang teknologi informasi, maupun di bidang telekomunikasi, secara substansial akibat tekanan dan persaingan yang ketat di dunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pecandu internet di Indonesia jelas tidak bisa

dipungkiri juga mendorong dunia usaha untuk semakin maju dan maju. Internet telah menjadi media untuk membuat kesepakatan dan membeli kesepakatan. Selain itu, internet telah menjadi media untuk melihat informasi dan bertukar informasi. (Margaretha Oktavia Pranoto, 2020)

Melihat keajaiban minat masyarakat menggunakan internet dengan semangat seperti itu. Ini menunjukkan bagaimana teknologi memainkan peran penting dalam menciptakan strategi perusahaan. Alhasil, bisnis perbankan saat ini gencar mengembangkan solusi yang mengintegrasikan keuangan dan teknologi informasi, salah satunya *Mobile Banking*. Banyak bank syariah di Indonesia telah meluncurkan *mobile banking*, salah satu jenis produk layanan yang menggunakan teknologi informasi untuk melakukan transaksi keuangan. Bank memiliki kesempatan untuk memberikan nilai tambah kepada nasabah melalui layanan ini (Nurdin I. M., 2020).

Pesatnya perkembangan teknologi informasi di era globalisasi saat ini, layanan perbankan perlu lebih cepat, lebih sederhana dan lebih fleksibel. Pesatnya pertumbuhan internet mengubah cara perusahaan terhubung dengan nasabah, dan perbankan bisnis tidak terkecuali. Dengan berkembangnya teknologi informasi, perbankan memberikan layanan transaksi yang lebih mudah dan nyaman kepada nasabah dengan meluncurkan layanan perbankan elektronik atau yang lebih dikenal dengan layanan *mobile banking*. Tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah banyak mempengaruhi perubahan kebiasaan dan stasiun masyarakat. Hal ini menyebabkan masyarakat membutuhkan komoditi yang mudah, cepat bagi setiap pekerja. Kebutuhan ini menjadi hal yang paling penting bagi masyarakat dalam pengkodisian yang menguntungkan, salah satunya adalah sistem pembayaran. Sistem pembayaran berbasis teknologi ini telah hadir sistem pembayaran elektronik. Sistem pembayaran ini menawarkan berbagai keunggulan dan keuntungan yang dibutuhkan masyarakat di era globalisasi ini. (Debi Triyanti, 2021)

Dunia perbankan saat ini telah diramaikan dengan adanya fasilitas kemudahan bertransaksi secara *mobile*, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Masyarakat semakin menuntut kepraktisan dan mulai enggan menjalankan suatu prosedur yang tidak hanya menghabiskan banyak waktu namun tanpa terasa telah mengikis sumber pendapatan seseorang. Hal ini menjadi dasar pemikiran para nasabah untuk mulai beralih dari kebiasaannya selama ini. Sebelum para nasabah sudah cukup puas dengan adanya transaksi menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Namun sekarang kepuasan tersebut cepat menghilang, karena bertransaksi dengan menggunakan ATM tidak jauh beda dengan datang langsung ke bank, bahkan terkadang nasabah harus tetap mengantri untuk menunggu gilirannya tiba. Dilain pihak tingginya tingkat kriminalitas yang melahirkan kebutuhan masyarakat akan keamanan dan kepraktisan dalam melakukan segala transaksi. Industri perbankan tahu benar manfaat hal itu, fungsi utama bank sebagai tempat menabung dan sumber kredit pun dikembangkan. Saat ini dalam persaingan satu sama lain, bank-bank tidak hanya mengandalkan dua fungsi utama tersebut, melainkan berlomba memberikan layanan yang sebanyak mungkin dapat dilibatkan langsung dalam melakukan transaksi sehari-hari. Hal ini menyebabkan dunia perbankan mulai memutar otak dan menggagas formula untuk mengembangkan dan membuka jaringan untuk pelayanan kepada nasabah berupa layanan *mobile banking*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking*. Layanan *mobile banking* membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *handphone* (Abdul Jalil, 2020).

Kekurangan dalam pengoperasian *mobile banking* untuk setiap keuntungan yang disediakan perbankan. Salah satunya adalah nasabah harus berada di lokasi yang menangkap jaringan internet. Namun, layanan

mobile banking tersebut tidak dapat dilakukan, jika terjadi *blackspot* atau keterjangkauan jaringan. Ini bukan tanggung jawab bank, Sebaliknya, nasabah bertanggung jawab untuk mengakses layanan perbankan seluler melalui driver seluler dan penyedia internet. Selain itu, seiring dengan semakin canggihnya teknologi, kejahatan juga meningkat, terutama kejahatan dunia maya, yaitu kejahatan yang dilakukan secara online. Akibatnya, pelanggan yang menggunakan layanan *mobile banking* menjadi curiga terhadap perusahaan. Nasabah tidak dapat melakukan transaksi secara tatap muka dan tidak dapat memverifikasi apakah transaksi yang mereka lakukan telah digunakan kembali tepat waktu, sehingga dapat dikatakan bahwa transaksi online memiliki ancaman yang tinggi. Pelanggan harus memikirkan potensi bahaya yang penuh warna sebelum menggunakan layanan *mobile banking*, sama seperti ancaman bocornya PIN klien dan data tertentu, ancaman serangan menular, ancaman salah transfer barang atau memang nasabah melakukannya kesalahan dalam mengetik. (Jhon Fernos, 2021)

Dunia perbankan dewasa ini telah menyadari bahwa nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan bank apa saja tempat mereka menabung atau berinvestasi, tidak hanya mempertimbangkan bunga atau keuntungan yang akan didapatkan dalam perbankan tersebut, akan tetapi nasabah juga membutuhkan kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk perbankan, karena saat ini yang dicari oleh nasabah tidak hanya *value* (nilai) yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak bank tersebut, melainkan kualitas dan kemudahan-kemudahan yang dapat membantu dan melancarkan transaksi nasabah tersebut. Banyak cara yang dapat dilakukan bank dalam memenuhi kebutuhan, keinginan dan kepuasan nasabah, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan dan citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada nasabah. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan nasabah akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya nasabah sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh bank tersebut akan merasa puas. Saat ini pengguna

teknologi telah berkembang dengan cepat tidak hanya dinegara-negara maju tapi juga pada negara-negara berkembang seperti Indonesia. Perkembangan teknologi yang kemudian memunculkan *mobile banking* merupakan *alternative* bisnis yang cukup menjanjikan, karena *mobile banking* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak. Dengan adanya *mobile banking* jasa pelayanan bank kepada nasabah bisa ditingkatkan efisiensinya (Yusuf, 2020).

Perusahaan perbankan di Indonesia terus berinovasi dengan memanfaatkan perkembangan teknologi. Teknologi informasi dan dunia internet berkembang dengan pesat yang menimbulkan banyak manfaat bagi masyarakat. Perkembangan teknologi berdampak pada seluruh aspek kehidupan. Kehidupan saat ini yang sangat dinamis dengan mobilitas sangat tinggi, yang menurut masyarakat untuk secara efektif dan efisien memanfaatkan waktu yang dimiliki dengan memanfaatkan teknologi modern. Inovasi melalui teknologi terus berkembang dalam rangka efisiensi kinerja perusahaan. Bank juga menawarkan gaya hidup modern melalui kemudahan akses jasa perbankan lewat *electronic banking* (*short message service* atau *sms-banking*, *phone banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*). Perkembangan *mobile banking* di Indonesia sedemikian cepat tak lain karena layanan *mobile banking* mampu menyesuaikan dengan kebutuhan nasabah di era modern saat ini. Terhadap banyak faktor yang menyebabkan nasabah akan tetap melakukan transaksi pada bank pilihannya, tingkat keamanan, fasilitas, kemudahan transaksi, sampai dengan beberapa faktor lainnya. Namun, yang paling menarik untuk dianalisis adalah faktor fasilitas kemudahan bertransaksi inilah yang dapat diperoleh nasabah perusahaan, konsumen akan menilai sesuai nilai dengan yang dia dapat berupa hukuman atau kerugian yang nasabah dapat atas pelayanan tersebut (Harahap, 2020).

Sebagai salah satu media teknologi informasi modern, internet saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat. Terlebih dalam bidang ekonomi dengan adanya internet, dapat memudahkan penyampaian

informasi secara cepat, luas, dan akurat. Perkembangan teknologi internet inilah yang sekarang banyak memberikan peluang terciptanya aplikasi bisnis yang berbasis internet. Salah satunya sektor industri yang memanfaatkan peluang tersebut adalah sektor perbankan. Dimana dalam sektor perbankan peluang ini digunakan untuk mengembangkan fasilitas layanannya salah satunya adalah *mobile banking*. Fasilitas layanan *mobile banking* sekarang telah menjadi perhatian untuk persaingan antar bank merebut pangsa pasar. *Mobile banking* merupakan jasa layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk nasabahnya agar dapat menggunakan jasa layanan perbankan tanpa batas ruang dan waktu dan juga berbasis teknologi seluler dan internet yang memeberikan kemudahan untuk melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke bank karena dapat diakses setiap saat. Dalam perkembangan produk berbasis internet ini tidak hanya perbankan konvensional saja yang memanfaatkan peluang tersebut tetapi perbankan syariah juga ikut memanfaatkannya (Nur Imanah, 2021).

Aplikasi *Mobile Banking* ini bukan sekedar layanan perbankan, melainkan juga aplikasi untuk perluasan fitur digital juga didukung oleh peningkatan *figure-grounded income* (FBI), naik 26,200 pertama dari 541 miliar pada kuartal alternatif 2018 menjadi 649 miliar pada kuartal alternatif 2019. Peningkatan FBI didorong oleh peningkatan deal *m-banking*, termasuk melalui Mandiri Syariah. Seluler. Mandiri Syariah terus menyempurnakan biller, fitur pembayaran, dan berkolaborasi dengan *e-commerce* untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi. Hingga kuartal alternatif 2019, total laba bersih Mandiri Syariah mencapai Rp3,25 triliun, naik dari periode yang sama tahun lalu sebesar 2,87 triliun. Backing yang tumbuh 14,58 mendongkrak pendapatan periferal dan bagi hasil bank. Per pergantian triwulan 2018. Backing yang dikeluarkan sebesar Rp62,37 triliun, bertambah menjadi Rp71,47 triliun per pergantian triwulan 2019 (Mukhtisar, 2020).

Perkembangan internet memang sangat cepat memberi pengaruh signifikan dalam berbagai aspek kehidupan teknologi informasi memungkinkan setiap orang dengan mudah melakukan berbagai macam transaksi keuangan. Bank yang ada di Indonesia baik bank pemerintah maupun bank swasta. Bank akan memberikan layanan kepada nasabah yang berbasis teknologi (*electronic transaction*) dalam bentuk *internet banking* atau *mobile banking* yang berbasis *handphone* (*phone banking*). Pengguna ATM (*Automatic Teller Machine*), dan *credit card*. Pemanfaatan teknologi di perbankan ini diharapkan memberikan manfaat kepada nasabah dan pihak bank. Internet digunakan tidak hanya sebagai pada pemanfaatan informasi pada media, tetapi digunakan sebagai sarana melakukan transaksi pada perbankan. Bank Indonesia memanfaatkan dari kemajuan teknologi untuk lebih memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi menggunakan media elektronik yaitu dengan *mobile banking* yang merupakan salah satu produk dari *elektronik banking* atau *E-banking*

Layanan *mobile banking* adalah layanan yang diberikan bank untuk memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan tanpa harus langsung ke bank. *Mobile banking* dapat digunakan langsung secara online atau melalui website bank. Layanan *mobile banking* berbeda dengan layanan lain seperti *internet banking*, *SMS banking* dan layanan ATM. Pengoperasian *mobile banking* hampir sama dengan *internet banking*, keduanya menggunakan internet, namun fungsinya berbeda, misalnya nasabah harus mengunduh terlebih dahulu pengoperasian *mobile banking* bank untuk menggunakannya, dan pengoperasian ini hanya dapat digunakan di smartphone. Hal ini berbeda dengan *online banking* karena layanan *internet banking* tidak harus menggunakan operasional untuk mengaksesnya. Layanan lain seperti *SMS Banking* tidak memerlukan penggunaan internet, hanya pulsa saja. Dengan demikian, nasabah dapat dengan mudah melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank. Bagi nasabah yang sedang terburu-buru tentu akan merepotkan jika harus berdiri

jauh dari bank untuk transaksi pembayaran, dll. (Margaretha Oktavia Pranoto, 2020)

Mobile banking adalah layanan perbankan dengan menggunakan teknologi informasi. Layanan ini merupakan salah satu peluang bagi bank untuk membantu memfasilitasi dan mendapatkan keuntungan dari perjanjian bersyarat bank. Penggunaan *mobile banking* tidak akan mungkin tanpa dukungan ponsel dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat menggunakan *mobile banking* dengan lancar kapanpun dan dimanapun. Realitas layanan *mobile banking* ini diharapkan dapat meningkatkan dan meningkatkan kepuasan nasabah dalam perbankan menggunakan layanan *mobile banking*. Bank yang memasang *mobile banking* jelas akan mengubah strateginya dalam hal penyesuaian, seperti menambah layanan cabang baru atau menambah ATM. *Mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara online. Selain itu, bank dapat meningkatkan kecepatan dan cakupan layanan rekonsiliasi mereka. (Abi Fadlan, 2018)

Hal ini efektivitas diartikan sebagai kesesuaian tujuan penggunaan suatu teknologi dengan hasil yang didapatkan oleh pengguna teknologi tersebut. Efektivitas memperlihatkan kemampuan dari perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan dengan tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan untuk standar atau ukuran yang berlaku mencerminkan bahwa suatu perusahaan tersebut telah memperlihatkan efektivitas operasional. Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif. Efektivitas merupakan hal utama yang menyatakan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaan *mobile banking* perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *mobile banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada

persepsi atau pandangan nasabah terhadap layanan *mobile banking* (Ariska, 2022).

Mobile banking memberikan kemudahan dan kemanfaatan dalam melakukan transaksi perbankan, kemudahan dan kemanfaatan memberikan layanan *mobile banking* kepada bank adalah dapat menghemat biaya penerbitan formulir yang harus diisi oleh nasabah pada saat melakukan transaksi, antara lain transfer pulsa, pembayaran tagihan listrik, peresmian kredit, asuransi, dan menggantinya dengan data elektronik. Nasabah yang menggunakan *mobile banking* akan memiliki akses informasi dengan cepat, efektif dan efisien mengenai seputar dunia perbankan, serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah untuk melakukan setiap penjualan. Bank juga memberikan kenyamanan dan pengamanan data nasabah dari tindakan kejahatan orang-orang yang tidak bertanggung jawab. *Mobile banking* adalah layanan perbankan yang dapat diakses oleh nasabah melalui telepon seluler (ponsel) dengan menggunakan menu yang tersedia pada kartu SIM (*Subscriber Identity Module*) (Dirwan, 2022).

Mobile banking pertama kali dikembangkan di negara Amerika Serikat. Lembaga keuangan memperkenalkan dan mempromosikan *mobile banking* untuk menyediakan layanan perbankan yang lebih baik. *Mobile banking* adalah salah satu layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah, yang memungkinkan nasabah dapat melihat informasi dan dapat melakukan transaksi perbankan secara mudah. Penggunaan *mobile banking* semakin meluas karena kemudahan transaksi dengan fitur yang lengkap tanpa harus keluar rumah, dengan adanya kemajuan dari elektronik ini banyak berbagai bank untuk berlomba-lomba meluncurkan produk-produk layanan *E-banking*. Perkembangan teknologi informasi meliputi perkembangan infrastruktur TI, seperti perangkat keras, lunak teknologi penyimpanan data dan teknologi informasi. Perkembangan IT banyak membeikan kemudahan pada berbagai aspek bisnis, hal ini disebabkan karena teknologi berperan sebagai alat bantu dalam pembuatan keputusan bisnis, dan juga berperan terhadap pembuatan keputusan seseorang.

Perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya, dari berbagai bidang, perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi, penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal seperti ERP (*Enterprise Resource Planning*) sebuah proses pengumpulan dan pengorganisasian data bisnis menggunakan perangkat lunak yang terintegrasi dan SAP (*System Application and Product Data Processing*), maupun untuk kepentingan nasabah seperti jaringan cabang online, ATM, dan *mobile banking*.

Manfaat menggunakan *mobile banking* adalah mempermudah pekerjaan nasabah, dapat menambah pengetahuan, mempercepat waktu operasional, dan dapat mempengaruhi posisi kinerja seseorang. Pelanggan menggunakan layanan *mobile banking* karena mempercepat waktu transaksi. Meskipun *mobile banking* bermanfaat bagi nasabah bank, namun disisi lain *mobile banking* juga memiliki aspek negatif yang harus diwaspadai oleh nasabah, salah satunya adalah banyaknya kejahatan di dunia internet seperti celah layanan *mobile banking*, pembajakan, dan tindakan yang tidak bertanggung jawab (Melanie, 2020).

Table 1.1 Jumlah Aset Terbesar

No	Nama Bank	Jumlah Aset
1.	BCA Mobile	Rp 1.314,7 Triliun
2.	BRI Mobile	Rp 1.865,64 Triliun
3.	BNI Mobile Banking	Rp 18,3 Triliun
4.	BSI Mobile	Rp 2.367.465 Triliun
5.	Mega Mobile	Rp 141,75 Triliun

Sumber : www.mandirisyariah.co.id:2023

Penjelasannya sebagai berikut: Pertama, BCA Mobile tercatat sebesar Rp 1.314,7 triliun, meningkat 7% sejalan dengan pertumbuhan dana giro dan tabungan. Kredit yang diberikan tumbuh 11,7% menjadi Rp 694,9 triliun dan merupakan komponen terbesar dari aset produktif. Kedua, BRI

Mobile dengan jumlah aset Rp 1.865,64 triliun. Ketiga BNI Mobile Banking dengan jumlah aset Rp 18,3 triliun. Keempat BSI Mobile dengan jumlah aset Rp 2.367.465 triliun. Terakhir adalah Mega Mobile dengan jumlah aset Rp 141,75 triliun.

Berdasarkan hasil penelitian awal mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Mengapa peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto tersebut, karena mereka telah mengenal instalasi-instalasi layanan *mobile banking* dan berkecimpung di industri perbankan untuk mengetahui cara mengatur layanan perbankan khususnya *Mobile Banking (M-Banking)*. Diketahui bahwa layanan perbankan yang digunakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2 Penggunaan Layanan *Internet Banking* dan *Mobile Banking*

No	Layanan E – Banking	Jumlah
1.	<i>Internet Banking</i>	4
2.	<i>Mobile Banking</i>	10
3.	Tidak menggunakan <i>internet banking</i> dan <i>mobile banking</i>	6
TOTAL RESPONDEN		20

Sumber : Survei prariset mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2022

Berdasarkan data dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat utilisasi layanan *internet banking* dan *mobile banking* berjumlah 14 mahasiswa yang menginstal dan menggunakannya. Namun bukan berarti mahasiswa lain tidak menggunakan layanan *mobile banking* mereka sendiri, dengan 6 mahasiswa menggunakan layanan ATM dan *SMS banking*.

Dengan adanya data tersebut, peneliti dapat lebih mudah memahami seberapa besar minat dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto tentang penggunaan *mobile banking*. Pada hasil pre survey tersebut, beberapa pertanyaan diajukan mengenai perbedaan antara layanan *internet banking* dan *mobile banking* serta alasan menggunakan layanan *mobile banking* kepada responden. Berdasarkan hasil wawancara yang disampaikan, hasil wawancara adalah sebagai berikut:

Pengguna *mobile banking* terkait variabel kemanfaatan dan kemudahan dari 20 responden yang disurvei beberapa mahasiswa menyatakan tidak percaya diri dan tidak berani sepenuhnya menggunakan teknologi *mobile banking* karena kurang yakin dengan manfaat dan kemudahannya. Keamanan *mobile banking* mereka, namun ada juga yang merasa takut membuat kesalahan saat menggunakannya.

Kemanfaatan dan kemudahan mengarah pada keyakinan individu pada komoditas dan percaya bahwa pada akhirnya apa yang dilakukan akan membawa kebajikan atau keuntungan. Selain itu, kemanfaatan dan kemudahan nasabah terhadap jebakan keamanan dalam menggunakan *mobile banking* masih kurang sehingga menimbulkan rasa tidak percaya dan khawatir dengan apa yang akan terjadi nantinya atau bisa dikatakan histeris ditipu saat menggunakannya. Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mendalami topik yang judul **“Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Kemudahan Terhadap Efektivitas Sistem Layanan Pengguna *Mobile Banking*”** (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah persepsi kemanfaatan berpengaruh dan signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?

2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh dan signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?
3. Apakah persepsi kemanfaatan dan kemudahan secara simultan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemanfaatan pengguna *mobile banking* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap efektivitas layanan menggunakan *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- c. Untuk mengetahui kemanfaatan dan kemudahan dampak bersama efektivitas pengguna layanan *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi para pembaca dalam penelitian ini dapat diketahui seberapa besar persepsi kemanfaatan dan kemudahan bagi pengguna layanan *mobile banking* khususnya pada mahasiswa.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai keajaiban yang terjadi di dunia perbankan dan perkembangannya terkait dengan *mobile banking*.

2. Bagi program studi perbankan syariah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan manfaat sebagai kontribusi bagaimana cara meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

3. Bagi dunia pustaka

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi karya ilmiah tentang minat mahasiswa dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan di dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian yang mengungkapkan perihal latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang sesuai dengan tema dan objek penelitian, kajian pustaka, kerangka pemikiran, hubungan pengaruh antara variabel, rumusan hipotesis dan landasan teologis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi deskripsi tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan petunjuk penelitian, teknik pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Bab ini berisi uraian hasil penelitian dan pembahasannya yang terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pengolahan hasil pengelolaan data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi uraian kesimpulan dan usulan penelitian. Di bagian akhir penulisan ini terdapat daftar pustaka, lampiran dan daftar riwayat hidup.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Kajian merupakan seluruh bahan bacaan yang pernah dibaca dan dianalisis, baik yang sudah dipublikasikan maupun hanya sebagai koleksi pribadi. Kajian pustaka juga sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori yang berisi teori-teori yang digunakan untuk menganalisis objek penelitian. Oleh sebab itu peneliti melakukan kegiatan menggabungkan kajian pustaka dengan kerangka teori (Purnomo, 2017).

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya guna mendukung materi dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu digunakan sebagai referensi peneliti untuk penelitian ini, didalam penelitian terdahulu terdapat keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 7 jurnal yang menjadi pendukung materi yang dimana terdapat 6 jurnal nasional dan 1 jurnal internasional. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini:

Pertama, jurnal penelitian yang ditulis oleh Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Semarang Pandanaran)”. Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan pengguna memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Pada penelitian diatas menggunakan tiga variabel independen sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan dua variabel independen. Kemudian pada sampel penelitian diatas yaitu pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Semarang Pandanaran, sedangkan pada

penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kedua, jurnal penelitian yang ditulis oleh Yulianti dan Rosita (2019) dengan judul “Faktor Kemudahan Pengguna, Manfaat, Ketersediaan Fitur, Biaya dan Risiko Terhadap Pengguna *Mobile Banking*” penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas, manfaat, ketersediaan fitur, dan risiko layanan *mobile banking* berpengaruh kuat dan mempengaruhi loyalitas pengguna *mobile banking* dan berbagai inovasi yang dituangkan melalui fitur-fitur produk layanan *mobile banking* diharapkan mampu memberikan pelayanan yang maksimal sehingga memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini. Selain faktor kemudahan pengguna, persepsi risiko juga variabel yang perlu diperhatikan pula oleh nasabah sebelum mengaplikasikan layanan *mobile banking*, nasabah dapat mempergunakan layanan ini jika dirasa *low risk*, aman serta dapat melindungi keperluan akan nasabah.

Ketiga, jurnal penelitian yang ditulis oleh Johandri Iqbal, Heriyani, dan Isroq Urrahmah (2021) dengan judul “Pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur terhadap pengguna *mobile banking*”. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa timbul dari meningkatnya jumlah pengguna ponsel yaitu jenis fitur dan fasilitas harus disediakan untuk nasabah sehingga mereka termotivasi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Fitur yang luar biasa, kemudahan dan aksesibilitas yang membuat *mobile banking* sangat menarik bagi nasabah tanpa diketahui oleh praktisi perusahaan. Kemampuan suatu inovasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berdasar pada situs web. Fitur mengarah pada layanan yang tersedia di *mobile banking*. Pembaruan produk dikaitkan dengan ketersediaan teknologi tepat guna dan dukungan teknis, pengenalan yang tepat dan peningkatan layanan elektronik. Pada sampel

penelitian diatas yaitu nasabah PT. Bank Negara Indonesia yang berlokasi di Jambi, sedangkan penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Keempat, jurnal penelitian yang ditulis oleh Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla Tarigan, M.A dan Evriyenni, SE.,M.Si (2021) dengan judul “Pengaruh Efisiensi, Keamanan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh)”. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efisiensi merupakan suatu cara dengan bentuk usaha yang dilakukan dalam menjalankan sesuatu yang baik dan tepat serta meminimalisir pemborosan dari segi waktu, tenaga, dan biaya. Tangka efisiensi merujuk pada keyakinan individu bahwa *mobile banking* tidak sulit untuk dipelajari dan tidak membutuhkan usaha besar untuk memahami oleh pengguna atau nasabah. Pada sampel penelitian diatas yaitu nasabah bank syariah mandiri ulee kareng banda aceh, sedangkan pada penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kelima, jurnal penelitian yang ditulis oleh John Fernos dan Mairizal Alfadino (2021) dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Took Baru, Dharmasraya”. Jenis penelitian ini adalah eksplanatori, peneliti ingin mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan pengguna terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif pada minat menggunakan *mobile banking* di PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Took Baru, Dharmasraya. Hal ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan pengguna juga memiliki pengaruh

bagi pengguna dalam melakukan suatu minat. PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Took Baru, Dharmasraya harus bisa membuat nasabah percaya bahwa dalam menggunakan layanan *mobile banking* akan memudahkan dalam bertransaksi. Pada sampel penelitian diatas yaitu nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Took Baru, Dharmasraya, sedangkan pada penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Keenam, jurnal penelitian yang ditulis oleh Melanie Melanie dan M. Taufiq (2020) dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* di surabaya” pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Hasil penlitian ini menunjukkan bahwa kemudahan pendayagunaan atau *perceived ease of use* diinterpretasikan sebuah teknologi akan terhindar dari upaya, bilamana seseorang merasa yakin jika sebuah sistem tidak sulit diaplikasikan maka hal tersebut adalah suatu keyakinan mengenai suatu teknik dalam mengambil keputusan. Pada penelitian diatas menggunakan satu variable independen, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan yaitu menggunakan dua variable independen. Kemudian pada sampel penelitian diatas yaitu pengguna layanan *mobile banking* di kota Surabaya, sedangkan pada penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Ketujuh, jurnal penelitian yang ditulis oleh Taufiq Chaidir, Ihsan Ro'is dan Akhmad Jufri (2021) dengan judul “Penggunaan aplikasi *mobile banking* pada bank konvensional dan bank syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT)”. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanasi, penelitian eksplanasi (menerangkan) juga dapat bertujuan menjelaskan, penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian pengujian hipotesis yang

menguji hubungan sebab akibat diantara variabel yang diteliti. Hasil penelitian yaitu perkembangan penggunaan *mobile banking* oleh perbankan sebagai tuntutan akan meningkatnya kebutuhan transaksi perorangan dan perusahaan, serta didukung oleh adanya kemajuan dalam teknologi telekomunikasi termasuk telpon seluler. Namun dalam implementasinya, penggunaan *mobile banking* saat ini masih terdapat persepsi negative dari nasabah, persepsi negative tersebut berkontribusi terhadap berkurangnya pengguna *mobile banking* di antara para nasabah perbankan. Adanya persepsi negative atau ketidakpuasan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, mengharuskan bank sebagai penyedia layanan mengeluarkan dana atau uang untuk melengkapi fasilitas dan pengembangan aplikasi *mobile banking*. Salah satu alasan kenapa bank-bank mengoptimalkan penggunaan aplikasi *mobile banking* karena penggunaan *mobile banking* oleh nasabah dapat mengurangi adanya antrian di bank. Penerimaan dan penggunaan sistem *mobile banking* oleh nasabah bank ditentukan oleh beberapa faktor, dimana faktor-faktor tersebut memiliki kaitan satu dengan yang lainnya. Salah satu konstruksi model yang kiranya dapat membuktikan penerimaan dan penggunaan teknologi *mobile banking* adalah model teori terpadu penerimaan dan penggunaan teknologi (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology/ UTAUT*) yang dikembangkan oleh Venkatesh et.al (2003). Lokasi penelitian dilakukan di Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang meliputi 2 Kota dan 8 Kabupaten, sedangkan pada penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna *mobile banking* mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Tabel 2.1
Kajian Pustaka

No	Nama Penelitian dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	perbedaan
1.	Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020) <i>Analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan kemanfaatan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK</i>	Menurut penelitian, persepsi kegunaan, persepsi kenyamanan, dan risiko memiliki dampak positif dan signifikan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .	Membahas tentang persepsi kemanfaatan dan kemudahan <i>mobile banking</i> menggunakan metode penelitian kuantitatif. Studi serupa karena keduanya membahas <i>mobile banking</i>	Dari penelitian ini terletak pada variabel independennya dimana pada penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan dua variabel independen, objek, dan sistem penelitian yang digunakan.

	<i>Kantor Cabang Semarang Pandanaran)</i>			
2.	Yulianti dan Rosita (2019) <i>Faktor kemudahan pengguna, manfaat, ketersediaan fitur, biaya dan risiko terhadap pengguna mobile banking</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas, manfaat, ketersediaan fitur, dan risiko layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh kuat dan mempengaruhi loyalitas pengguna <i>mobile banking</i> .	Kesejajaran antara peneliti terdahulu dan peneliti saat ini adalah bahwa mereka sama-sama membahas atau memeriksa bagaimana nasabah memandang diri mereka sendiri tentang penggunaan layanan <i>mobile banking</i> .	Dari peneliti ini adalah menemukan faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .
3.	Johandri Iqbal, Heriyani, dan Isroq Urrahmah (2021)	Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan memberi	Terdapat persamaan pada salah satu <i>variable independennya</i>	Analisis data yang berbeda: perbedaan penelitian terdahulu yaitu pada variabel fitur layanan <i>mobile</i>

	<i>Pengaruh kemudahan dan ketersediaan fitur terhadap pengguna mobile banking</i>	pengaruh terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> dan peningkatan perangkat <i>smartphone</i> mendorong bank untuk memanfaatkan dengan menciptakan layanan penunjang yang lebih baik untuk para nasabah.	yaitu pada kemudahan layanan <i>mobile banking</i> dan sama-sama membahas aplikasi layanan <i>mobile banking</i> .	<i>banking</i> dan lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Negara Indonesia yang berlokasi di Jambi, adapun penelitian kami dilakukan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4.	Mukhtisar, Ismail Rasyid Radia Tagira, dan Evriyenni (2020) <i>Pengaruh efisiensi, keamanan, dan kemudahan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa efisiensi, keamanan, dan kemudahan pelanggan memiliki efek yang kuat dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan bank	Dari penelitian yang akan dilakukan yaitu merupakan penelitian kuantitatif, sama-sama membahas <i>mobile banking</i> , dan terdapat persamaan pada salah satu variable	Dari penelitian ini yaitu terletak pada pada sampel penelitian dimana pada penelitian sebelumnya yaitu nasabah bank syariah mandiri ulee kareng banda aceh dan penelitian yang akan datang dilakukan sampelnya adalah pengguna <i>mobile banking</i> mahasiswa Fakultas Ekonomi

	<i>banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ule Kareng Banda Aceh)</i>		independennya yaitu persepsi kemudahan.	dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5.	Jhon Fernos dan Mairizal Alfadino (2021) <i>Pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan pengguna terhadap minat nasabah menggunakan layanan mobile banking pada PT. Bank pembangunan daerah sumatera barat cabang took baru, dharmasraya</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemanfaatan, kemudahan dan kepercayaan pada pengguna berpengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .	Dari penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh kemanfaatan dan kemudahan pengguna <i>mobile banking</i> dan menggunakan metode kuantitatif	Analisis data yang berbeda: perbedaan penelitian terdahulu yaitu pada variabel minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dan lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank pembangunan daerah sumatera barat cabang took baru, dharmasraya, adapun penelitian kami dilakukan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

6.	<p>Taufiq dan Melanie (2020) <i>Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah banking di surabaya menggunakan mobile</i></p>	<p>Berdasarkan penelitian tersebut bahwa pengguna <i>mobile banking</i> merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka pengguna berminat untuk menggunakannya</p>	<p>Dari penelitian ini Sama sama membahas <i>mobile banking</i> dan menggunakan metode kuantitatif.</p>	<p>Dari penelitian ini adalah tempat yang diteliti, dan objek penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Surabaya, adapun penelitian kami dilakukan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purokerto pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.</p>
7.	<p>Taufiq Chaidir, Ihsan Ro'is dan Akhmad Jufri (2021) <i>Penggunaan aplikasi mobile banking pada bank konvensional dan bank syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian</i></p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan <i>mobile banking</i> baik dari bank konvensional ataupun bank syariah keduanya memiliki faktor yang sama yaitu meningkatkan aktivitas perbankan nasabah</p>	<p>Dari penelitian yang akan dilakukan yaitu merupakan penelitian kuantitatif dan sama-sama membahas penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i>,</p>	<p>Tempat penelitian yang berbeda yaitu pada penelitian terdahulu dilakukan di 2 kota dan 8 kabupaten di provinsi Nusa Tenggara Barat, adapun penelitian kami dilakukan di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.</p>

	<i>model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i>			
--	---	--	--	--

B. Kerangka Teori

1. Teori digitalisasi Bank Syariah dan Bank Konvensional

Perkembangan teknologi telah mengubah peradaban manusia secara global. Perkembangan teknologi membuat dunia menjadi tanpa batas (*borderless*) sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan sosial dalam bermasyarakat secara signifikan. Selain itu, perkembangan teknologi juga memberikan banyak manfaat dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dapat memudahkan seseorang yang sedang berada di Indonesia mengetahui peristiwa yang sedang terjadi di Amerika Serikat, sedangkan perkembangan teknologi komunikasi dapat memudahkan seseorang yang sedang berada di Indonesia berbincang langsung dengan keluarganya yang sedang berada di Arab Saudi. Bahkan, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menyentuh sektor perbankan.

Dalam rangka mendukung pelaksanaan pembangunan nasional yang *sustainable*, perbankan di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang pesat seiring dengan peningkatan kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan yang *modern*. Dengan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan jasa perbankan yang *modern*, maka regulasi mengenai perbankan harus dilakukan penyesuaian terhadap pengelolaan perbankan yang berbasis penggunaan teknologi.

Dalam bahasa Prancis kata bank berasal dari kata *banque* dan dari kata *banco* dalam Bahasa Italia yang berarti peti/lemari atau bangku. Kata peti/lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat penyimpanan

benda-benda berharga, seperti peti emas, peti uang dan sebagainya. Sedangkan dalam Al-Qur'an, istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit. Akan tetapi jika yang dimaksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebutkan dengan jelas, seperti zakat, sadaqah, *ghanimah* (rampasan perang), *ba'i* (jual beli), *dayn* (utang dagang), *maal* (harta), dan sebagainya yang memiliki fungsi yang dilaksanakan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi. Pada umumnya yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembayaran serta bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat (Setiawan, 2020).

Kondisi yang unik dari bank syariah adalah larangan riba dalam transaksi perbankan yang dijalankannya, pengharaman Bunga dalam alokasi pembiayaan, perbaikan organisasi fungsi intermidasi dan sistem '*profit-loss sharing*' dari bank syariah dapat mengurangi aktivitas tidak produktif dan tindakan spekulatif dalam perekonomian. Kondisi ini sangat berbeda dengan kondisi perekonomian yang prinsip oprasionalnya menggunakan sistem bunga. Sistem ribawi (bunga) menimbulkan dampak adanya inefisiensi dalam distribusi sumber dana serta mendorong terjadinya ketimpangan pembagian pendapatan/kekayaan dalam masyarakat.

Di era globalisasi, pelayanan yang diberikan oleh bank konvensional dan bank syariah tidak hanya dilakukan melalui cara-cara konvensional dengan model *face to face* dan menggunakan *paper document*, tetapi bank konvensional dan bank syariah juga mulai beralih pada pemanfaatan teknologi dengan model *non-face to face* menggunakan *digital document* yang dikenal dengan istilah *digital banking*. Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia sekaligus menjadi salah satu negara yang penduduknya paling banyak menggunakan internet. Oleh karena itu,

digital banking menjadi peluang bisnis yang sangat potensial serta sebuah keniscayaan yang tidak terletak pada sektor perbankan di era digital. Selain dapat meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank, *digital banking* dapat meningkatkan kualitas pelayanan bank konvensional dan bank syariah kepada nasabah dalam bertransaksi. Sejalan dengan itu, Budi Agus Riswandi mengemukakan “dengan hadirnya konsep *digital banking* sangat bermanfaat bagi bank dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas pelayanan bank kepada nasabah, serta menjadi kunci untuk memenangkan persaingan bisnis di era digital.” (Utama, 2021)

Selain menyebabkan pergeseran kehidupan sosial dalam bermasyarakat, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada sektor perbankan mengakibatkan lahirnya bentuk-bentuk perbuatan hukum baru yang belum diatur dalam peraturan perundang-undangan. Sejauh ini, belum ada undang-undang yang dibuat secara khusus untuk mengatur mengenai *digital banking*. Dasar hukum yang berkaitan dengan bank tentu saja tidak terlepas dari Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Pada dasar hukum bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan perkembangan masyarakat, khususnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berbasis internet pada sektor perbankan. Oleh karena itu, ketiga undang-undang tersebut seharusnya direvisi guna mengakomodir lahirnya konsep *digital banking*.

Pada awalnya, nasabah harus datang langsung ke bank konvensional dan bank syariah untuk melakukan transaksi keuangan seperti menabung dan menarik uang, namun seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di sektor perbankan, nasabah tidak

perlu lagi datang ke bank hanya untuk melakukan transaksi keuangan. Nasabah cukup hanya membawa kartu dan mendatangi sebuah mesin yang dikenal dengan nama *Automatic Teller Machine* (ATM) yang diletakkan pihak bank konvensional dan bank syariah di tempat-tempat umum. Bahkan, dengan lahirnya *digital banking*, nasabah tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan transaksi keuangan. Berbagai macam transaksi keuangan dapat dilakukan dari dalam rumah hanya dengan menggunakan *handphone* yang dimiliki oleh nasabah. Itulah transaksi elektronik *mobile banking*.

Dalam hukum yang mengatur mengenai transaksi elektronik adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/ atau media elektronik lainnya. Dari pengertian tersebut dapat ditarik dua hal penting dari transaksi elektronik, yaitu adanya perbuatan hukum dan adanya penggunaan media elektronik. Jadi, secara sederhana dapat disimpulkan bahwa transaksi elektronik *digital banking* yang dilakukan oleh nasabah merupakan salah satu perbuatan hukum, sedangkan penggunaan media elektronik menunjukkan bahwa dalam transaksi elektronik *digital banking* segala sesuatunya tidak lagi menggunakan dokumen-dokumen konvensional, seperti kertas dan pena, tetapi sudah beralih menggunakan dokumen elektronik.

Dalam buku yang berjudul '*e-Banking*', Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia menyebutkan bahwa bentuk-bentuk layanan *e-banking* yang dapat digunakan pada bank konvensional dan bank syariah yaitu:

- a) *ATM (Automated Teller Machine)*
- b) *EDC (Electronic Data Capture)*
- c) *Internet Banking*
- d) *SMS Banking*

- e) *Mobile Banking*
- f) *E-Commerce*
- g) *Photo Banking*
- h) *Vidio Banking*

Sebagai salah satu upaya peningkatan kapabilitas bank, pemanfaatan perkembangan teknologi informasi secara lebih optimal merupakan prasyarat dalam mendukung inovasi layanan bank. Oleh karena itu, pada tanggal 6 Agustus 2018, Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia mengesahkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum (Utama, 2021).

2. Teori persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)

Teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*).

Persepsi kebermanfaatan menurut Adamson dan Shine yaitu: sebagai konstruk keyakinan seseorang bahwa penggunaan sebuah teknologi tentu akan mampu meningkatkan kinerja mereka. Sedangkan menurut Vankhates dan Moris yaitu menyatakan bahwa terdapat pengaruh penting manfaat dalam pemahaman respon individu dalam teknologi informasi. Ketika nasabah telah menggunakan layanan *mobile banking* berkali-kali, maka nasabah telah merasakan manfaat dari layanan *mobile banking* tersebut. Sikap positif yang menggunakan *mobile banking* timbul karena nasabah yakin bahwa *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja, produktifitas dan efektifitas kinerja *mobile banking* bermanfaat bagi nasabah (Rezky Sulkarnain, 2022).

Perceived usefulness merupakan suatu ukuran yang mana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya (Widodo 2008, dalam jurnal penelitian Shomad 2012)

ketika suatu layanan bermanfaat dalam penggunaannya, maka akan banyak konsumen yang semakin minat dan memutuskan menggunakan layanan tersebut. Nasabah yang memiliki persepsi manfaat yang tinggi, maka akan termotivasi untuk menggunakan layanan *mobile banking*. *Perceived usefulness* (persepsi kemanfaatan) juga didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. *Perceived usefulness* berhubungan positif dan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* (Amalia Putri, 2022).

Perceived usefulness atau persepsi kemanfaatan merupakan suatu tingkatan dimana seseorang mempercayai bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja yang akan berdampak pada peningkatan produktivitas dan efektifitas seseorang (Ginting & Marlina 2017, dalam jurnal penelitian bernadeta & Solichin 2019). *Perceived usefulness* merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan (Sonia Devita, 2021).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa apabila seorang nasabah percaya dalam penggunaan suatu teknologi dan teknologi tersebut memiliki manfaat dan dapat meningkatkan kerjanya, maka nasabah akan memutuskan menggunakan produk layanan tersebut dan merasa puas dengan manfaat yang didapat.

1. Indikator-indikator kemanfaatan

Kemanfaatan dapat didefinisikan melalui indikator-indikator guna membentuk konstruk persepsi kemanfaatan yaitu:

- a. Penggunaan sistem menjadikan pekerjaan lebih cepat (*work more quickly*)
- b. Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the system is usefull*)
- c. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu (*increase productivity*)

- d. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektifitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
- e. Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*) (Ni Wayan Asih Budi Utami, 2020).

3. Teori persepsi kemudahan (*ease of use*)

Menurut Jogiyanto dalam Risma, kemudahan penggunaan (*ease of use*) diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi dapat digunakan untuk memudahkan pengguna dan bebas dari suatu upaya. Selain itu menurut Davis dan Silvia, pengertian kemudahan penggunaan adalah sebuah keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi informais merupakan hal mudah dimana pemakai tidak memerlukan usaha keras dalam menggunakannya. Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Artinya, seseorang yang menggunakan sistem bekerja lebih mudah dibandingkan dengan tidak menggunakan sistem, maka sistem disini membantu memudahkan pekerjaan pemakainya. Dari pemaparan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah seseorang percaya menggunakan suatu sistem dapat mempermudah pekerjaannya.

Menurut Davis dalam Rithmaya membagi indikator kemudahan penggunaan kedalam empat indikator, yang tidak ditarik korelasinya dengan *mobile banking* adalah sebagai berikut:

- a. Mudah dipelajari (*easy to learn*)

Teknologi kini semakin canggih, melihat masyarakat kini banyak menggunakan *smartphone* maka akan mudah bagi seseorang untuk memahami kinerja suatu aplikasi yang ada didalamnya. *Mobile banking* ini sangatlah mudah dimengerti dengan adanya fitur-fitur transaksi yang jelas yang dapat digunakan sesuai kebutuhan, tentunya dengan fitur transaksi yang telah disediakan oleh masing-masing bank pada *mobile banking*. Macam-

macam transaksi yang dapat dilakukan melalui *mobile banking* yaitu transfer, info saldo, isi ulang pulsa, pembayaran (PLN, Telkom, Kartu Kredit, dll).

b. Fleksibel (*flexible*)

Menurut KBBI, fleksibel adalah luwes yang artinya mudah dan dapat menyesuaikan diri. Penggunaan *mobile banking* ini dapat disesuaikan dengan penggunanya. Pada dasarnya *handphone* adalah salah satu alat komunikasi yang selalu dibawa bahkan tanpa disadari *handphone* akan dibawa kemanapun dan kapanpun kita pergi. Dengan adanya aplikasi *mobile banking* di *handphone*, maka kita bisa melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun tanpa memerlukan banyak waktu untuk datang ke kantor-kantor bank atau ATM untuk melakukan transaksi perbankan. Contohnya seperti transaksi transfer, informasi saldo, isi ulang pulsa, dan transaksi lainnya.

c. Dapat mengontrol pekerjaan (*controllable*)

Menggunakan *mobile banking* dapat membantu mempercepat pekerjaan penggunanya. Seperti yang sudah dijelaskan bahwa *mobile banking* ini dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun, sehingga dapat mempercepat transaksi perbankan yang dilakukan.

d. Mudah digunakan (*easy to use*)

Mobile banking kini menjadi alternatif mudah untuk melakukan transaksi perbankan, seperti transaksi transfer, cek saldo, cek mutasi, dan lainnya. Cara penggunaannya pun mudah hanya membuka aplikasi *mobile banking* yang terdapat pada *smartphone*, pengguna hanya perlu memasukkan ID dan *password* lalu pilih transaksi yang ingin dilakukan (Setiawan, 2020).

Pendapat lain yaitu Rogopoulos, Askounis, dan Yahyapour menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan dapat diukur melalui tiga indikator yaitu:

a. Jelas

Pengguna tidak mengalami kebingungan dalam menggunakan layanan *mobile banking* karena tampilan yang jelas.

b. Mudah dimengerti

Pengguna dapat dengan mudah mempelajari layanan *mobile banking* dan tidak melakukan kesalahan-kesalahan pada saat menggunakannya.

c. Mudah dikuasai

Pengguna dapat dengan cepat menguasai pengguna *mobile banking* dengan sendirinya tanpa memerlukan bantuan-bantuan orang lain (Taufiq Cahidir, 2021).

Dari dua pendapat tentang indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan di atas peneliti mengambil pendapat menurut Davis, karena keempat indikator yang dikemukakan oleh Davis merepresentasikan apa yang dapat diukur dalam kemudahan penggunaan suatu teknologi. Bahwa seseorang menggunakan suatu teknologi tidak hanya karena kemudahan-kemudahannya saja seperti mudah dipelajari/dimengerti dan mudah digunakan namun bagaimana teknologi tersebut dapat membantu aktifitas/pekerjaan penggunanya dan fleksibel atau menyesuaikan penggunanya dalam menggunakan teknologi.

4. Teori sistem layanan pengguna *mobile banking*

Menurut kamus Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, biasa diartikan sebagai kegiatan yang biasa memberikan hasil yang memuaskan (KBBI, 2020). Dalam hal ini efektivitas diartikan sebagai kesesuaian tujuan penggunaan suatu teknologi dengan hasil yang didapatkan oleh pengguna teknologi tersebut. Efektivitas memperlihatkan kemampuan dari perusahaan atau organisasi dalam mencapai tujuan-tujuan yang telah ditentukan dengan tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan untuk standar atau ukuran yang berlaku

mencerminkan bahwa suatu perusahaan tersebut telah memperhatikan efektivitas operasional.

Efektivitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Dalam artian efektivitas merupakan ukuran seberapa jauh tingkat output, kebijakan, dan prosedur dari organisasi mencapai tujuan yang ditetapkan. Dalam pengertian teoritis atau praktis, tidak ada persetujuan secara universal mengenai apa yang dimaksud dengan “Efektifitas”. Bagaimanapun definisi efektivitas berkaitan dengan pendekatan umum. Efektivitas adalah seberapa baik pekerjaan yang dilakukan, sejauh mana orang menghasilkan keluaran sesuai dengan yang diharapkan. Ini berarti bahwa apabila suatu pekerjaan dapat diselesaikan dengan perencanaan, baik dalam waktu, biaya maupun mutunya (Ariska, 2022).

Dari pendapat yang dikemukakan tersebut diatas mengenai efektivitas, maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi penekan dari pengertian efektivitas berada pada pencapaian tujuan. Ini berarti dapat dikatakan efektif apabila tujuan atau sasaran yang dikehendaki dapat tercapai sesuai dengan rencana semula dan menimbulkan efek atau dampak terhadap apa yang diinginkan atau diharapkan.

Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif. Efektivitas merupakan hal utama yang menyatakan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaa *mobile banking* perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *mobile banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada persepsi atau pandangan nasabah terhadap layanan *mobile banking*.

Pengukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak berdasarkan pada (Sa'diyah, 2018):

a. Tepat sasaran

Mengukur sejauh mana lembaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Penempatan sasaran ini bersifat menyeluruh dalam sistem informasinya serta memberikan informasi yang tepat agar tujuannya dapat diukur tingkat keberhasilannya;

b. Pemahaman program

Pemahaman program dapat dilihat sejauh mana masyarakat dapat memahami pengetahuan atas program tersebut serta kemampuan masyarakat melakukan kegiatan atau program tersebut;

c. Tepat waktu

Faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut dapat menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam hal ini diperlukan pengoptimalan kinerja sistem dari suatu program baik atau sisi internal maupun eksternal agar pelayanan menjadi semakin lebih cepat dan lebih efektif;

d. Pencapaian tujuan

Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan. Hal ini paling penting adalah sebuah pelayanan dapat dilakukan dengan mudah. Layanan lebih mudah menjadikan tujuan lebih terorganisir sehingga tujuan akan semakin goal. Jika seseorang mendapati fasilitas pelayanan yang lebih mudah, maka akhirnya ia akan mendapatkan apa yang ia inginkan sehingga suatu program dapat berjalan efektif dan tercapai tujuan serta visi misinya;

e. Perubahan nyata

Perubahan nyata dinyatakan efektif jika suatu program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut

sehingga dapat diukur melalui sejauh mana kegiatan tersebut memberikan efek atau dampak perubahan nyata bagi masyarakat.

5. Teori *mobile banking*

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank melalui media telepon genggam. Hampir sama seperti *internet banking* yang menyebabkan nasabah tidak perlu ke bank, nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui pesan singkat (SMS) ke pusat layanan yang disediakan oleh bank. *Mobile banking* juga merupakan layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan melalui ponsel atau *smartphone*. Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menawarkan kemudahan jika dibandingkan dengan *SMS banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan *SMS banking*.

Mobile banking memiliki beberapa keunggulan dari layanan jasa perbankan lainnya seperti *SMS banking*, ATM, *internet banking* maupun layanan jasa lainnya. Berikut keunggulan *mobile banking* antara lain:

- a. Memudahkan nasabah untuk mengakses informasi maupun melakukan transaksi meskipun koneksi internet lambat;
- b. Fitur yang disediakan *mobile banking* berbentuk sederhana, sehingga memudahkan nasabah untuk memahami cara menggunakan layanan tersebut, biaya yang dikenakan pada umumnya lebih rendah dari biaya lainnya;
- c. Meminimalisir adanya pembobolan rekening, karena saat melakukan transaksi nasabah akan mendapatkan pemberitahuan seputar transaksi yang baru saja dilakukan;
- d. Memudahkan nasabah dalam menjangkau informasi dan transaksi bank;

- e. Nasabah dapat mengakses 24 jam sehari tanpa adanya batasan tertentu.

Meskipun *mobile banking* banyak diminati oleh nasabah karena dalam mengakses nya banyak pula nasabah yang mengeluhkan atau merasa kurang nyaman dalam penggunaan layanan tersebut. Yusnanto dan Albarda dalam jurnalnya yang berjudul “*Integrasi Protokol SMS dan Internet pada Mobile Banking*” mengemukakan bahwa terdapat beberapa kelemahan utama *mobile banking* yang dirasakan nasabah antara lain:

- a. Sering terjadinya error pada aplikasi tersebut yang menyebabkan nasabah tidak dapat melakukan transaksi seperti mentransfer uang ataupun membayar tagihan-tagihan yang diperlukan;
- b. Akses internet di Indonesia sendiri masih belum luas, dimana di beberapa kota bahkan kota besar pun masih terdapat kesulitan dalam mengakses internet sehingga *mobile banking* sendiri belum dapat terjangkau oleh nasabah;
- c. Notifikasi dari sebagian besar *mobile banking* terkadang tidak muncul, sehingga nasabah harus membuka aplikasi tersebut untuk mengetahui transaksi yang telah dilakukan.

1) Kualitas layanan *mobile banking*

Faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan *mobile banking* dapat dilihat dari kualitas layanan *mobile banking* yaitu:

- a. *Speed* yaitu kecepatan dan kemudahan nasabah dalam melakukan layanan *mobile banking*;
- b. *Secutity* yaitu jaminan kerahasiaan dalam setiap layanan *mobile banking*. Transaksi melalui *mobile banking* ini sangat aman karena sebelum melakukan aktivasi nasabah harus terlebih dahulu mendaftarkan nomor rekening nasabah melalui ATM atau kantor

cabang terdekat. Dari segi keamanan, sistem penggunaannya adalah standar yaitu untuk melakukan transaksi pemilik *mobile banking* harus memasukkan nomor PIN yang sudah diberikan. Selain itu, jaringan internet *mobile banking* lebih aman daripada *internet banking* karena jaringan *mobile banking* menggunakan sistem pengamanan ganda atau berlapis;

- c. *Accuracy* yaitu ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai *mobile banking*. Nasabah suatu bank mampu melakukan transaksi perbankan serta melihat informasi tentang rekeningnya menggunakan layanan GSM maupun CDMA dengan *smartphone*. Melalui *mobile banking* nasabah dapat melakukan transaksi yang sama dengan yang biasa dilakukan di ATM atau di bank, mulai dari cek saldo, melihat rincian transaksi, transfer uang, pembelian pulsa, isi ulang sampai pembayaran berbagai jenis tagihan listrik, air, telepon maupun kredit;
- d. *Trust* yaitu kepercayaan nasabah terhadap bank dimana dilakukannya layanan *mobile banking*. (Miftahuddin, 2019)

2) Penggunaan *mobile banking*

Penggunaan *mobile banking* didefinisikan sebagai kondisi nyata nasabah yang menggunakan *mobile banking* yang dikonsepsikan dalam bentuk pengukuran frekuensi penggunaan dan diversitas transaksi yang dilakukan oleh nasabah dalam bertransaksi melalui *mobile banking* intensitas atau frekuensi dalam penggunaan *mobile banking* merupakan ukuran berupa seberapa sering nasabah melakukan transaksi dengan menggunakan layanan *mobile banking*. Intensitas nasabah dalam melakukan transaksi

perbankan melalui layanan *mobile banking* diciptakan untuk memberikan keuntungan bagi pihak nasabah maupun bank. Alasan beberapa bank berinvestasi pada sistem informasi seperti *mobile banking* karena dapat menghemat biaya, meningkatkan kualitas produk dan jasa, dan dapat memproduksi lebih tanpa peningkatan biaya dengan adanya *mobile banking*, maka pihak nasabah dapat melakukan transaksi dengan efisien dan efektif karena nasabah dapat langsung melakukan transaksi tanpa harus mendatangi kantor cabang bank tersebut (Zalloum, 2019).

C. Landasan Teologis

1. Persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*)

Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.

Beberapa definisi tentang persepsi manfaat yang dikemukakan dari beberapa peneliti terdahulu di dalam jurnalnya, diantaranya ialah :

Menurut Dirwan & Latief (2020) di dalam jurnalnya menjelaskan bahwa persepsi kemanfaatan *mobile banking* juga dapat memengaruhi sikap penggunaan layanan *mobile banking*, manfaat merupakan tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi tertentu dan nasabah diharapkan akan lebih sering menggunakan layanan *mobile banking* sebagai transaksi perbankan non tunai yang lebih fleksibel. Selain itu, fasilitas *mobile banking* juga dimanfaatkan untuk mendongkrak citra bank di mata nasabah atau calon nasabah, selain menunjukkan sebagai bank yang current juga sebagai salah satu indikator bahwa bank mempunyai concern pada nasabah agar lebih mudah bertransaksi. Persepsi kemanfaatan memengaruhi keputusan

menggunakan *mobile banking*, tingkat kemanfaatan teknologi informasi mempengaruhi sikap pengguna dalam menggunakan teknologi informasi tersebut.

Menurut Fernanda & Embun (2018) dalam jurnalnya mendefinisikan persepsi kemanfaatan dari teknologi akan terbatas jika kemampuan untuk menjalankan teknologi tersebut juga terbatas sehingga manfaat yang dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda pula tergantung seberapa besar mereka mampu mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut.

Dari beberapa definisi yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan kepercayaan seseorang jika menggunakan suatu teknologi, dalam hal ini ialah *mobile banking* akan mampu meningkatkan kinerja dan produktivitas bagi penggunanya.

Di dalam Al-Qur'an telah dijelaskan mengenai dalil tentang persepsi kemanfaatan yaitu sebagai berikut :

إِنْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ الْآخِرِ لَيْسَ لَكُمْ مِنْهُ جُزْءٌ وَلِيَدْخُلُوا
الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلِيَبُيِّنَ لَهُمْ سُبُلَ الْبَلَاءِ (٧)

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri. Apabila datang saat hukuman (kejahatan) yang kedua, (Kami bangkitkan musuhmu) untuk menyuramkan wajahmu lalu mereka masuk ke dalam masjid (Masjidil Aqsa), sebagaimana ketika mereka memasukinya pertama kali dan mereka membinasakan apa saja yang mereka kuasai.” (Q. S. Al-Isra' (17) :7)

Indikator persepsi manfaat (*perceived usefulness*) adalah sebagai berikut :

- a) Menggunakan teknologi *mobile banking* dapat meningkatkan produktivitas pengguna

- b) Menggunakan teknologi *mobile banking* dapat meningkatkan kinerja pengguna
- c) Menggunakan teknologi *mobile banking* dapat meningkatkan efisiensi proses yang dilakukan pengguna.

2. Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) adalah persepsi kemudahan penggunaan sebuah teknologi yang didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Persepsi kemudahan dalam penggunaan teknologi khususnya *mobile banking* menunjukkan tingkat dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan sistem tersebut adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras untuk digunakan. Meskipun usaha menurut setiap orang berbeda-beda, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan pada penggunaan sistem atas sistem yang dikembangkan, maka sistem *mobile banking* harus jelas dan mudah diaplikasikan oleh pengguna. Apabila sistem *mobile banking* tersebut mudah digunakan, maka seseorang akan menggunakannya dalam jangka waktu yang lama (Fitrianisa, 2021).

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan". (QS. Al-Insyirah (94): 5-6)

Dari tafsir ayat diatas, Allah SWT selalu memberikan jalan hidup yang mudah agar kita tidak mempersulit diri sendiri. Namun demikian, dengan cara ini kita dapat membuat kesepakatan atau pengkondisian terkait dengan pembayaran yang menjadi lebih mudah dan menghemat waktu, Jika terkait dengan penggunaan *mobile banking*.

Di dalam Al-Qur'an telah dijelaskan mengenai dalil tentang persepsi kemudahan yaitu sebagai berikut :

فَإِذَا جَاءَ وَعْدُ أُولَاهُمَا بَعَثْنَا عَلَيْكُمْ عِبَادًا لَنَا أُولِي بَأْسٍ شَدِيدٍ فَجَاسُوا خِلَالَ الدِّيَارِ وَكَانَ وَعْدًا مَفْعُولًا (٥)
ثُمَّ رَدَدْنَا لَكُمُ الْكَرَّةَ عَلَيْهِمْ وَأَمْدَدْنَاكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَنِينَ وَجَعَلْنَاكُمْ أَكْثَرَ نَفِيرًا (٦)

“Maka apabila datang saat hukuman bagi (kejahatan) yang pertama dari kedua (kejahatan) itu, Kami datangkan kepadamu hamba-hamba Kami yang perkasa, lalu mereka merajalela di kampung-kampung. Dan itulah ketetapan yang pasti terlaksana. Kemudian Kami berikan kepadamu giliran untuk mengalahkan mereka, Kami membantumu dengan harta kekayaan dan anak-anak dan Kami jadikan kamu kelompok yang lebih besar.” (Q. S. Al-Isra'(17) :5-6)

Indikator persepsi kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) adalah sebagai berikut :

- a) Mudah untuk dipelajari dan digunakan
- b) Pengguna dapat melakukan pekerjaan dengan lebih mudah
- c) Menambah keterampilan bagi pengguna.

3. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi *financial* secara *real time*. *Mobile banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel). Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia pada SIM (*Subscriber Identity Module*) Card, USSD (*Unstructured Supplementary Service Data*), atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile banking* menaarkan kemudahan jika dibandingkn dengan *SMS banking* karena

nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke bank dan juga nomor tujuan *SMS banking*.

Mobile banking merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern ini yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* pada telepon seluler memungkinkan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu. Dengan adanya layanan *mobile banking* diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah tanpa harus datang langsung ke bank (Harahap, 2020).

4. Sistem Layanan Pengguna *Mobile Banking*

Dalam islam telah dijelaskan mengenai bagaimana suatu usaha mencapai sasaran yang diinginkan. Jika manajemennya bagus maka apa yang menjadi tujuan suatu usaha dalam organisasi ataupun perusahaan akan mudah dicapai. Suatu orgnisasi atau kegiatan perusahaan yang dijalankan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dan realisasinya tujuan tersebut maka semua itu akan sia-sia. Dalam hal ini tentu saja diperlukan manajemen kerja sama yang diajarkan dalam islam yang dapat dilakukan dalam skema apapun. Alla SWT telah meletakkannya “*mizan*” yaitu suatu timbangan akurat yang paling objektif dimana tidak ada seorangpun yang dapat melanggarnya, agar tidak terdapat korban ketidak adilan.

Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah SWT Q. S Al-Kahf ayat 103-104 yang berbunyi :

فَلْ هَلْ تَنْبِتُكُمْ بِالْأَخْسَرِينَ أَعْمَالًا (١٠٣)
الَّذِينَ ضَلَّ سَعْيُهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا (١٠٤)

“Katakan (Muhammad), "Apakah perlu Kami beri tahukan kepadamu tentang orang yang paling rugi perbuatannya?."(Yaitu)

orang yang sia-sia perbuatannya dalam kehidupan dunia, sedangkan mereka mengira telah berbuat sebaik-baiknya.” (Q. S. Al-Kahf (18) : 103-104)

Ayat ini menjelaskan bahwa orang yang sangat merugi amalnya, yaitu orang-orang yang mengikuti hawa nafsu dalam beramal, tujuan mereka hanya untuk mencapai keuntungan dan keutamaan. Sehingga akibatnya beramal dengan cara demikian itu, mereka terjatuh dalam kerusakan dan mereka tidak akan mencapai tujuan yang diinginkannya. Maka sangat jelas bahwa suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatannya harus sesuai dengan syariat yang telah ditetapkan Allah SWT, dengan demikian semua tujuannya tidak akan sia-sia dan akan selalu mendapatkan kemuliaan di sisi-Nya.

Terkait dengan efektivitas dalam penggunaan layanan *mobile banking* sangat berkaitan dengan suatu kemudahan, penggunaan, kepercayaan, dan daya guna serta kualitas dalam pelayanan itu sendiri. Kemudahan merupakan salah satu prinsip yang sangat penting dalam islam, yang diberikan agar manusia tetap tekun dalam menjalankan perintah agama terutama dalam keadaan yang sulit.

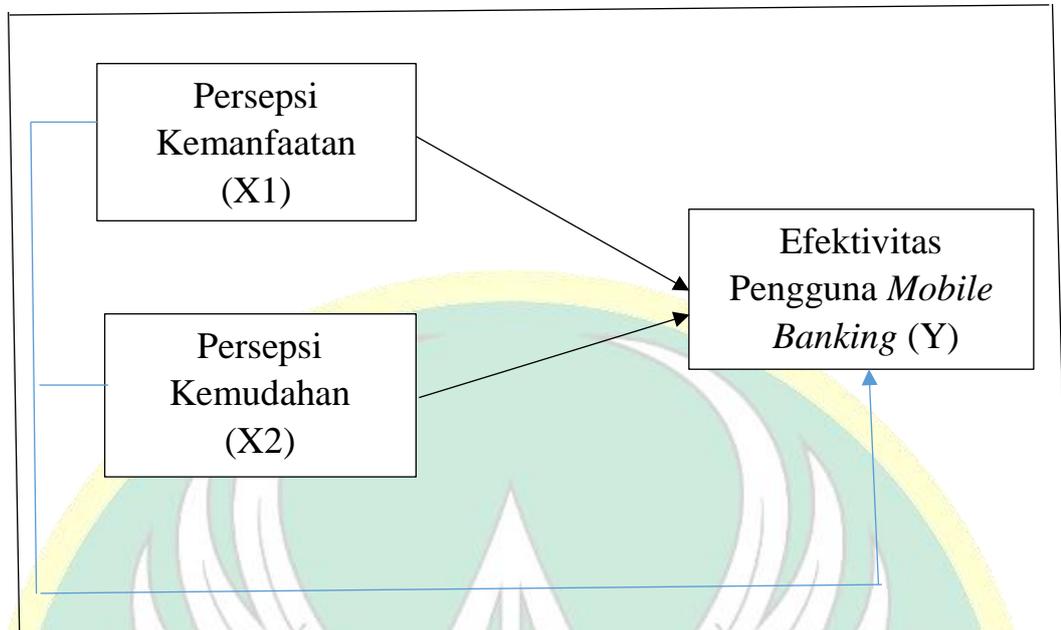
Sebagaimana yang terdapat dalam firman Allah Q. S. Al-Isra' : 26-27 yang berbunyi :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦)
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ، وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q. S. Al-Isra' (17) : 26-27)

D. Kerangka pemikiran teoritis

Untuk mempermudah dalam melakukan data dalam penelitian ini maka dibuat kerangka berfikir sebagai berikut :



Gambar 1
Kerangka Berfikir

Keterangan :

— : Garis Simultan

→ : Garis Persial

X1 : Persepsi Kemanfaatan

X2 : Persepsi Kemudahan

Y : Efektivitas Pengguna *Mobile Banking*

Gambar 1 model hubungan variabel ganda dengan dua variabel independen X1 dan X2 dan satu variabel dependen Y. Untuk mencari hubungan X1 dengan Y dan X2 dengan Y, menggunakan teknik korelasi.

E. Rumusan hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai tanggapan awal terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2019). Hipotesis dari penelitian ini adalah:

- 1. Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile***

banking di antara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Persepsi manfaat merupakan tingkat keyakinan individu dalam memakai suatu sistem tertentu akan menambah kemampuan pekerjaannya (*a the to which a person belives that using a thecnology will enhanance her or his performance*). Davis (1998) mendefinisikan persepsi kemanfaatan sebagai *the degree to which a person believe that using a particular system would enhance his or her job performance*, yaitu tingkat kepercayaan seorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja seseorang tersebut. Konsep ini menggambarkan manfaat sistem bagi pemakaiannya yang berkaitan dengan produktivitas, kinerja tugas, efektivitas, pentingnya suatu tugas dan *overall usefulness*. Perepsi manfaat merupakan tingkat kepercayaan seseorang bahwa penggunaan sistem tertentu akan nmeningkatkan kinerja pekerjaannya. Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) merupakan suatu tingkatan kepercayaan seseorang bahwa dengan penggunaan suatu sistem tersebut akan dapat meningkatkan kinerja orang tersebut. Dimensi persepsi manfaat adalah :

1. Penggunaan mampu meningkatkan kinerja individu
2. Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas individu
3. Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas individu
4. Pengguna sistem bermanfaat bagi individu (Rahyuni, 2019).

Peneliti terdahulu (Nursiah, 2022) membuktikan bahwa seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik berupa

peningkatan kerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan *mobile banking*.

H1: Persepsi kemanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2. Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas sistem penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai suatu tingkah kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental. Sedangkan menurut (Sainang, 2021) persepsi kemudahan yaitu penggunaan suatu sistem lebih diterima oleh pengguna apabila sistem tersebut mudah digunakan. Walaupun usaha mempunyai definisi yang berbeda disetiap individu, namun pada umumnya untuk menghindari terjadinya penolakan terhadap penggunaan sistem yang dikembangkan, maka sistem tersebut sebaiknya mudah untuk diaplikasikan oleh pengguna tanpa menimbulkan usaha yang membebankan.

Faktor yang menyebabkan seseorang dapat terpengaruh menggunakan atau mengenakan pada sesuatu karena dipengaruhi faktor internal dan faktor eksternal. Minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* karena kemudahan dalam mengakses *mobile banking* dari berbagai tempat, praktis dan efisien namun adapula yang menjadi faktor yang membuat

nasabah tidak ingin menggunakan *mobile banking* yaitu karena keamanan dalam menggunakan *mobile banking* sebab nasabah tidak dapat menghindari terjadinya modus *phishing* keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dipengaruhi faktor lainnya yaitu fitur layanan (Andri Sahata Sitanggang, 2019).

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara *Technology Acceptance Model (TAM)* dengan persepsi kemudahan, yaitu suatu sikap individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut, ataupun dapat memudahkan individu tersebut dalam melakukan transaksi melalui *mobile banking*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan (Indriastuti, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *T-Cash* di Bandung. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

3. Secara bersama-sama antara persepsi kebermanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas sistem pelayanan berdampak positif dan signifikan untuk pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Peneliti terdahulu (Nursiah, 2022) membuktikan bahwa seseorang merasa bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dapat mendatangkan manfaat baik berupa peningkatan kerja atau keuntungan bagi dirinya, maka dia akan menggunakannya. Sehingga adanya pengaruh positif dan signifikan antara persepsi kemanfaatan terhadap penggunaan *mobile banking*.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan (Indriastuti, 2020) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat untuk menggunakan *mobile banking* dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *T-Cash* di Bandung.

Efektivitas sistem layanan *mobile banking* sangat berkaitan erat dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan, kemanfaatan, serta kualitas layanan itu sendiri. (Johandri Iqbal, 2021) menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat dicapai oleh perusahaan yang telah memahami kebutuhan nasabah dan melakukan segala upaya untuk melakukan layanan secara efektif dan efisien, yang artinya penggunaan, kepercayaan, kemanfaatan serta kualitas layanan dan keefektifan sebuah layanan jelas berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh (Aviari Indrati, 2023) yang menunjukkan bahwa variabel-variabel

seperti efektivitas dan risiko penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah :

H3 : Secara bersama-sama antara persepsi kebermanfaatan, kemudahan dan efektivitas sistem pelayanan berdampak positif dan signifikan untuk pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini jika dilihat dari data analisisnya termasuk ke dalam penelitian kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka. Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019).

B. Tempat dan Waktu penelitian

Tempat penelitian ini berlokasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang terletak di Jl A. Yani No.40A, Karanganjing, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Waktu penelitian telah dilaksanakan dari 30 Maret 2022 sampai dengan 06 Juni 2023.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai wilayah konsepsi yang terdiri dari objek-objek atau subjek-subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, untuk dipelajari dan juga ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menentukan populasi yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sebanyak 2014 mahasiswa (Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2023).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi dan karakteristik. Sampel penelitian ini terdiri dari beberapa mahasiswa yang menggunakan *mobile banking*. (Sugiyono, 2019)

Teknik pada pengambilan data sampel di penelitian ini merupakan non probability sampling dengan purposive sampling. Alasannya sebab mode ini tak menyampaikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi buat dijadikan sampel. Sedangkan purposive sampling ialah mode teknik dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu mirip responden mengetahui kegunaan *mobile banking*. (Sugiyono, 2019)

Ukuran sampel dihitung dan ditentukan berdasarkan rumus slovin dengan tingkat kesalahannya yaitu berkisar antara 5%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Presentase tingkat kesalahan sampel yang dapat ditoleransi (5%)

Dengan menggunakan rumus slovin diatas akan diperoleh ukuran sampel sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{2014}{1 + (2014 \times 0,05)^2}$$

$$n = \frac{2014}{(1 + (2014 \times (0,0025)))}$$

$$n = \frac{2014}{1,025}$$

$$= 196,48$$

Jadi, jumlah responden yang akan diteliti oleh peneliti yaitu sejumlah 200 mahasiswa.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah atribut atau tipe atau nilai seseorang, objek, atau aktivitas yang menunjukkan variasi tertentu dan ditentukan oleh pelaku eksperimen yang digali dan ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. (Sugiyono, 2019)

a. Variabel dependen (terikat)

Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah Pengguna *Mobile Banking* (Y).

b. Variabel independent (bebas)

Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah Persepsi Kebermanfaatan (X1) dan Kemudahan (X2) (Rozaq M, 2021)

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1 Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Pertanyaan	Skala
Kemanfaatan (X1)	Jaminan	Melalui <i>mobile banking</i> saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan	Likert
		Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> segala keluhan yang diajukan oleh nasabah ditanggapi dengan cepat dan tanggap	

		Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih akurat	
		Layanan <i>mobile banking</i> mendukung bagian terpenting dalam transaksi saya	
	Pertumbuhan	Manfaat layanan <i>mobile banking</i> dapat menampilkan fitur-fitur yang jelas	
		Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efisiensi dalam memanfaatkan layanan perbankan	
		Layanan <i>mobile banking</i> dapat dipercaya, aman dan dijaga kerahasiaannya	
	Daya tanggap	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> dapat memperlancar segala macam transaksi	
		Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> meminimalkan kegiatan	

		perbankan terutama transaksi	
Kemudahan (X2)	Mudah	Cara penggunaan layanan <i>mobile banking</i> mudah dipelajari	Likert
		Susunan menu pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dipahami	
		Fitur-fitur yang ada pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti	
		<i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah dimanapun/ kapanpun	
	Empati	Saya merasa jelas dan mengerti ketika menggunakan layanan <i>mobile banking</i>	
		Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mengefisiensi waktu nasabah karena tidak perlu mengantri atau datang ke bank	
	Keyakinan	Keyakinan membuat anda menggunakan layanan <i>mobile banking</i>	
		<i>Mobile banking</i> dapat membantu untuk sering melakukan transaksi	

Efektivitas sistem layanan <i>mobile banking</i> (Y)	Efisiensi	Pengguna layanan <i>mobile banking</i> mempercepat waktu transaksi	Likert
		<i>Mobile banking</i> mempunyai kualitas yang baik	
	Kualitas	<i>Mobile banking</i> merupakan sarana positif untuk membuat kenyamanan transaksi pengguna atau nasabah bank	
		Fasilitas <i>mobile banking</i> akan lebih banyak digunakan orang dimasa mendatang	
		Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena menyediakan informasi yang saya butuhkan selama saya melakukan transaksi bank	
		<i>Mobile banking</i> terus menyempurnakan layanan perbankan untuk menambah kenyamanan nasabah	
Penghasilan	Saya akan tetap menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena		

		biaya murah dan sesuai dengan kemudahan serta manfaat yang saya peroleh
		Saya melakukan berbagai macam transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> (missal: pembayaran kuliah, penarikan tunai, pembelian pulsa, dll)
	Motivasi	Fitur yang ada pada <i>mobile banking</i> memotivasi anda untuk anda untuk menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa sekarang

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Kuesioner

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner, pertanyaan dan pertanyaan kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang terkait peristiwa atau kejadian sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang digunakan dalam penelitian atau variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi dimensi, dari dimensi yang dijabarkan menjadi sub variabel kemudian dari sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dijadikan titik tolak untuk menjadikan item instrument yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Darmeinis D, 2022).

Setiap item terdapat skor dan didukung dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skor Skala Likert

Pertanyaan Positif	Skor	Pertanyaan Negatif	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1

Adapun penjabaran indikator dari setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 3.3 Indikator Variabel

Variabel	indikator
Kemanfaatan (X1)	1. Jaminan
	2. Pertumbuhan
	3. Daya Tanggap
Kemudahan (X2)	1. Mudah
	2. Empati
	3. Keyakinan
Efektivitas sistem layanan pengguna <i>mobile banking</i> (Y)	a. Kualitas
	b. Penghasilan
	c. Efisiensi

	d. Motivasi
--	-------------

2. Observasi

Observasi merupakan bagian dari pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan. Data yang diamati dapat berupa gambaran sikap, perilaku, tingkah laku, dan keseluruhan interaksi antar manusia. Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah lokasi studi diidentifikasi, dilanjutkan melalui pemetaan sehingga menghasilkan gambaran umum tentang tujuan penelitian (Abi Fadlan, 2018). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi pendahuluan secara online melalui *google form*.

3. Sumber Data

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data skunder. Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh melalui observasi pendahuluan yaitu dengan penyebaran dan pengisian kuesioner melalui *google form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Sedangkan data skunder dalam penelitian ini diperoleh dari beberapa referensi seperti artikel, jurnal dan buku-buku yang membahas teori yang terkait dalam penelitian ini.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan fase kritis dalam penelitian atau riset, karena memungkinkan data diberikan signifikansi yang dapat diterapkan untuk memecahkan masalah penelitian (Sonia Devita, 2021). Dalam penelitian ini, *software* SPSS digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif.

Penelitian ini dilakukan beberapa langkah terkait proses analisis data kuantitatif antara lain:

1. Uji Validitas

Uji validitas sering kali digunakan untuk uji keabsahan data dalam penelitian kuantitatif, derajat konsistensi antara data objek penelitian dengan kekuatan yang dicatat oleh peneliti disebut validitas (Sugiyono, 2019). Dikatakan valid suatu instrument penelitian apabila (Nurdin I. M., 2020):

- a. Koefisien korelasi momen produk lebih besar dari atau sama dengan 0,3.
- b. Koefisien korelasi momen perkalian lebih besar dari atau sama dengan r_{tabel} ($\alpha; n-2$) dengan jumlah sampel dilambangkan dengan huruf n.
- c. Nilai sig kurang dari α , penelitian ini dilakukan dengan membandingkan skor tiap item dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment* (Fahrul Rozi, 2019). Adapun rumus korelasi *product moment* akan dijabarkan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

N = Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah skor butir soal

$\sum Y$ = Jumlah skor butir soal

$\sum X^2$ = Jumlah skor kuadrat butir soal

$\sum Y^2$ = Jumlah skor total kuadrat butir soal

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengujian direplikasi dua kali atau lebih, istilah reliabilitas digunakan untuk menggambarkan sejauh mana hasil tersebut dikatakan akurat. Skor yang diukur memiliki korelasi

tinggi dengan skor actual, maka data tersebut dikatakan akurat (Sonia Devita, 2021).

Rumus *Cronbach's Alpha* digunakan dalam analisis ini guna menilai reliabilitas, berikut formula dari rumus *Cronbach's Alpha*:

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta^2 b}{\sum \delta^2 t} \right]$$

Keterangan:

r_{tt} = koefisien reliabilitas instrument (total tes)

k = banyaknya butir pertanyaan yang *sahih*

$\sum \delta^2 b$ = jumlah varian butir

$\sum \delta^2 t$ = varian skor total perhitungan uji reliabilitas skala diterima, jika hasil perhitungan r hitung $>$ r tabel 5%

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan jenis analisis yang menjelaskan data yang dikumpulkan baik secara individu maupun kelompok, secara penyajian analisis deskriptif akan dibahas mengenai pengukuran tendensi sentral (Fernanda Idham Kholid, 2018). Menurut (Sugiyono, 2019) Statistik deskriptif digunakan untuk menginterpretasikan data dengan menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dengan tujuan untuk menarik kesimpulan yang luas.

Dalam penelitian kali ini analisis deskriptif digunakan oleh peneliti guna mengubah data mentah menjadi data yang mudah dipahami.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Sebelum melakukan berbagai penelitian, sebaiknya dilakukan uji normalitas pada kuesioner, karena objek pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak pada data variabel yang digunakan. Dalam

analisis parametric, normalitas data merupakan syarat dasar yang harus dipenuhi (Rezky Sulkarnain, 2022).

Uji normalitas adalah uji yang dimana sebelum dilakukannya analisis lebih lanjut atau bisa disebut juga sebagai uji mendasar, data yang berdistribusi normal sering kali dijadikan acuan untuk beberapa uji statistik (Nurdin I. M., 2020). Dalam penelitian kali ini untuk mendapatkan visual, uji normalitas menggunakan metode P-P Plot atau disebut juga dengan *probability plot*, nilai residual akan berdistribusi normal jika titik-titik data mengikuti garis diagonal, tetapi sebaliknya jika titik data bergerak menjauh atau tidak mengikuti garis diagonal maka nilai residual tidak berdistribusi normal. Sementara itu untuk mendapatkan akurasi nilai dalam uji normalitas peneliti menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov*, jika nilai signifikan p lebih dari 0,05 maka hasilnya berdistribusi normal, jika nilai rata-rata kurang dari 0,05, data biasanya tidak terdistribusi dengan normal (Sonia Devita, 2021).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mendeteksi apakah terdapat korelasi antara variabel independen pada model regresi contoh regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi antara variabel independen, tetapi contoh regresi juga memiliki gejala multikolinier, jika terdapat hubungan yang tinggi atau sempurna pada antara variabel independen (Fernanda Idham Kholid, 2018).

Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance*, jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10, maka multikolinieritas tidak terdeteksi, dan sebaliknya ketika nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 multikolinieritas terdeteksi. Selain menggunakan nilai *Tolerance*, dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation*

Factor) untuk mengetahui apakah ada masalah multikolinieritas (Abdul Jalil, 2020). Menurut Hair, F *et al* (1998) multikolinieritas tidak terjadi jika nilai VIF masih kurang dari 10, dan sebaliknya jika VIF lebih besar dari 10, terjadi multikolinieritas.

c. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi selanjutnya dalam model regresi, jika data tersebut homoskedastisitas jika varians residualnya konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya dan data tersebut heteroskedastisitas jika variannya berbeda dan model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji *Park*, uji Level *Spearman*, uji *Glesjer*, dan uji *Chi-Square* adalah metode untuk menentukan heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas juga bisa divisualkan menggunakan *Scatterplot* dan akan digunakan dalam penelitian ini, dengan dasar keputusan data tidak terjadi heteroskedastisitas apabila (Taufiq Cahidir, 2021):

- Titik data yang tersebar di atas atau dibawah angka 0.
- Titik-titik yang tidak berpola atau bergelombang.

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas guna mendapatkan akurasi nilai penulis menggunakan uji *glesjer*. Dasar untuk pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *gesjer* yaitu (Margaretha Oktavia Pranoto, 2020):

- Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak menunjukkan adanya tanda heteroskedastisitas.

- Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 maka model regresi menunjukkan adanya tanda heteroskedastisitas.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan metode untuk menentukan apakah dua atau lebih variabel independen (X) berpengaruh besar terhadap variabel dependen (Y) atau tidak, analisis regresi linier berganda menggunakan lebih dari satu variabel (Fahrul Rozi, 2019). Adapun rumus yang digunakan dalam model regresi linier berganda adalah (Sugiyono, 2019):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan :

Y = variabel dependen
 X1 = variabel independen satu
 X2 = variabel independen dua
 α, β_1 dan β_2 = konstanta

e. Pengujian Hipotesis

i. Uji t

Uji-t (uji parsial) digunakan untuk menguji secara berurutan pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara individual. Nilai t-statistik yang dihasilkan harus lebih besar dari nilai t-tabel dalam derajat kebebasan = (n-k) di beberapa posisi yang signifikan, di mana n = jumlah pengamatan (d disesuaikan) dan k = jumlah variabel independen (termasuk konstanta). T hitung dihitung menggunakan rumus berikut ini:

$$t_i = \frac{b_j}{s_{b_j}}$$

Dimana :

t = nilai hitung

b_j = koefisien regresi

s_{b_j} = standar eror koefisien regresi (Darmeinis D, 2022)

Uji t digunakan untuk melihat bagaimana variabel independen satu per satu mempengaruhi variabel dependen (Abi Fadlan, 2018):

1) H_0 = Kemanfaatan tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

H_1 = Kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2) H_0 = Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

H_1 = Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_1 diterima.

ii. Uji F

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F simultan memiliki kriteria pengujian dengan membandingkan nilai F hitung dan nilai F tabel. Apabila F hitung lebih besar dari F table maka hipotesis diterima yang berarti variabel

independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Dirwan, 2022).

Uji F digunakan untuk melihat apakah ada koefisien parameter yang bervariasi dari nol pada saat yang sama (secara bersamaan), dengan hipotesis sebagai berikut (Fahrul Rozi, 2019):

- 1) H_0 = Kemanfaatan dan kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- 2) H_3 = Kemanfaatan dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Nilai dasar uji F menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_3 diterima.

f. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan teknik analisis untuk mengukur besar sumbangan dari variabel penjelas yang disini dimaksud untuk variabel independen (X) terhadap variabel respon disini dimaksudkan untuk variabel dependen (Y). dengan nilai interpretasi koefisien korelasi nilai r sebagai berikut. (Fahrul Rozi, 2019):

- 0,800 – 1,000 = sangat kuat
- 0,600 – 0,799 = kuat

- 0,400 – 0,599 = cukup kuat
- 0,200 – 0,399 = rendah
- 0,000 – 1,999 = sangat rendah



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas yang dimiliki oleh UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto disamping Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, Fakultas Dakwah serta Fakultas Ushuludin. Hal ini terjadi setelah proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014. Kemudian seremonial peresmian transformasi institut tanggal 19 Desember 2015 diresmikan oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negera Jakarta dilanjutkan Launching IAIN Purwokerto dihadiri Menteri Agama Republik Indonesia H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan penandatanganan prasasti peresmian Gedung Rektorat IAIN Purwokerto memiliki lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Fakultas Syariah dan Hukum Islam, Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Kemudian pada tahun 2021 status IAIN Purwokerto berubah dari Institut menjadi Universitas. Perubahan status ini ada di dalam peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 41 Tahun 2021. Dalam perpers tersebut presiden menimbang bahwa dalam rangka memenuhi tuntutan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam proses integritas ilmu agama islam dengan ilmu lain serta mewujudkan sumber daya manusia berkualitas, perlu menetapkan Peraturan Presiden tentang UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto dari yang sebelumnya berbentuk Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto ini terdapat tiga program studi yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah dan Manajemen Zakat dan Wakaf. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi *soft skill* mahasiswa dengan upaya sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memecahkan permasalahan ekonomi, sosial dan kemasayarakatan.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

Unggul, Progresif, dan Integratif dalam mengembangkan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam di ASEAN Tahun 2040.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis islam yang unggul, progresif, dan integratif.
- 2) Menjadi *Research Center* dalam bidang ekonomi dan bisnis islam.
- 3) Menyelenggarakan pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama.
- 4) Mencetak lulusan yang mandiri berintegritas dan islami dengan berakal ilmu pengetahuan, *hard* dan *soft skill*.
- 5) Menyelenggarakan tata kelola dan pelayanan prima pendidikan tinggi.

c. Tujuan

- 1) Melahirkan fakultas, jurusan dan program studi yang unggul dan mampu bersaing di tingkat nasional dan regional
- 2) Menghasilkan lulusan yang kreatif, inovatif dan professional di bidang ekonomi dan bisnis islam, perbankan islam, perzakatan dan perwakafan

- 3) Menghasilkan lulusan yang memiliki keunggulan dalam pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill* sesuai dengan tuntutan *stakeholder* (pengguna lulusan) dan mampu berkompetisi di tingkat nasional dan regional
- 4) Menghasilkan iklim akademik yang sinergis dan berkelanjutan dengan sistem informasi manajemen berbasis ITC (*Information and Communication of Technology*)
- 5) Melahirkan Sumber Daya Manusia yang berbudaya organisasi dan adaptif terhadap perubahan zaman
- 6) Menghasilkan karya ilmiah dalam bidang ekonomi dan bisnis islam, perbankan islam, perzakatan dan perwakafan yang dipublikasikan dalam jurnal
- 7) Menjadikan FEBI sebagai pusat penelitian bidang ilmu-ilmu ekonomi dan bisnis islam perbankan islam, perzakatan dan perwakafan
- 8) Menjadikan lembaga-lembaga nasional dan internasional sebagai mitra kerjasama dalam bidang keilmuan dan teknologi yang berimplikasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat
- 9) Menjalin kerjasama dengan alumni untuk membentuk jaringan kerjasama dalam meningkatkan kualitas *outcome*
- 10) Menghasilkan lulusan yang memiliki kemandirian dalam ekonomi dan bisnis islam perbankan islam, perzakatan dan perwakafan
- 11) Melahirkan *output* yang berbudi luhur, berjiwa *entrepreneurship* dan berintegritas dan bermoral.

d. Sasaran

- 1) Menghasilkan sarjana ekonomi dan bisnis islam yang jujur dan adil, berkarakter kepemimpinan, berwawasan persatuan dan kesatuan bangsa, mampu menganalisis perkembangan

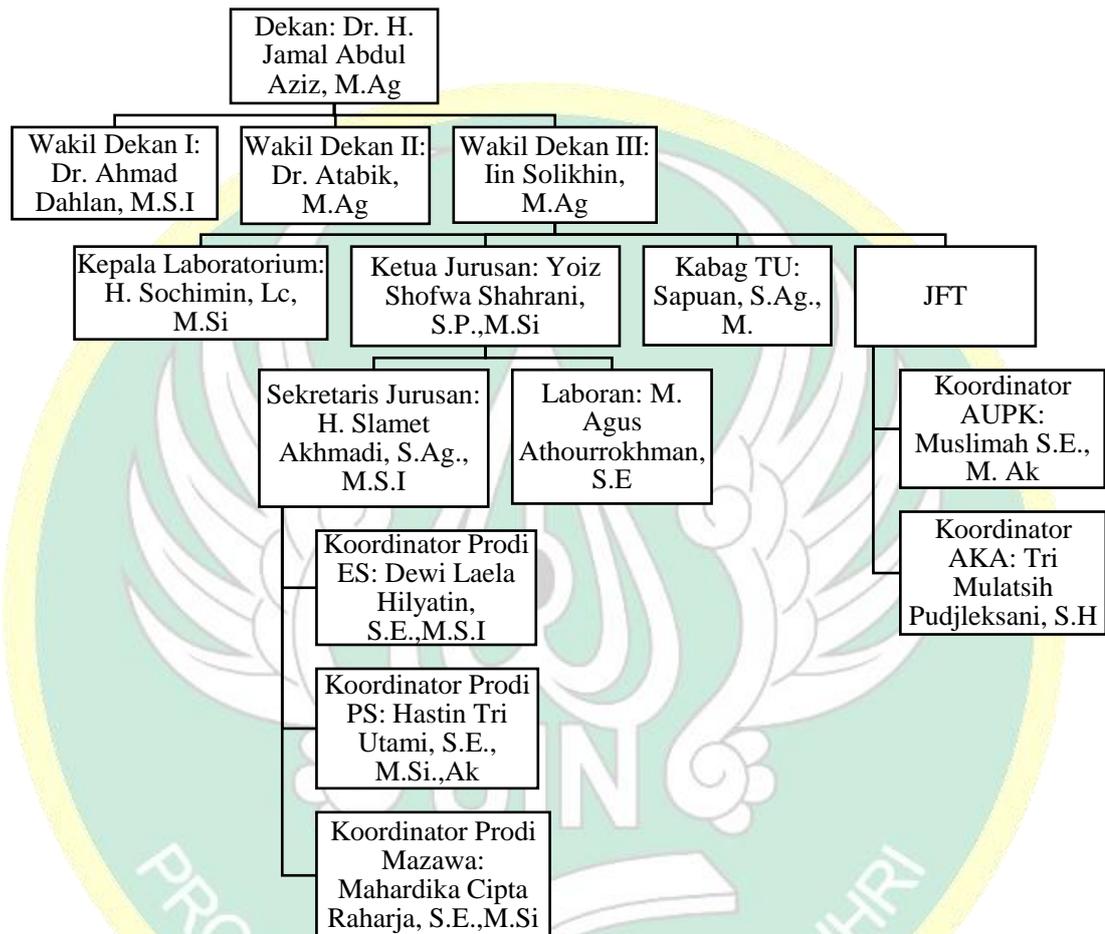
ilmu ekonomi dan bisnis kini dan masa depan, baik secara teori maupun penerapannya

- 2) Terpenuhinya kebutuhan professional dalam bidang ekonomi dan bisnis islam yang dapat menunjang pembangunan nasional yang berdaya saing global
- 3) Meningkatkan kualitas kurikulum dan evaluasi yang relevan dengan orientasi profesi lulusan agar terjadi kesinambungan dan menjamin keberlanjutan fakultas
- 4) Meningkatkan dosen FEBI berpendidikan S3 sebanyak 90% setiap prodi memiliki minimal tiga guru besar pada tahun 2025
- 5) Memberikan pelayanan prima untuk meningkatkan suasana akademik yang kondusif melalui pengembangan infrastruktur, kualifikasi dosen, agenda riset, laboratorium dan perpustakaan
- 6) Terwujudnya komitmen di kalangan aktivitas akademika dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia, proses pembelajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat
- 7) Meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian ekonomi dan bisnis islam
- 8) Meningkatkan kerjasama dan kemitraan institusional antara lembaga perguruan tinggi, dunia usaha, lembaga, industri baik di dalam negeri maupun luar negeri minimal kerjasama baru di tahun 2023
- 9) Melaksanakan pembinaan mahasiswa dan alumni secara terpadu dan berkesinambungan untuk menumbuhkan kemandirian, rasa bangga dan citra almamater
- 10) Menyiapkan sarjana yang berjiwa entrepreneur, professional, berbudi luhur dan tulus dalam mengembangkan ekonomi dengan prinsip keindonesiaan.

e. Struktur Organisasi

Struktur organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN
Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto antara lain:

Gambar 2: Struktur Organisasi



3. Macam-macam aplikasi *mobile banking* dan beberapa jenis transaksi *mobile banking*

a. Macam-macam aplikasi *mobile banking*

- BCA *Mobile*
- BRI *Mobile*
- BNI *Mobile Banking*
- BSI *Mobile*
- Mega *Mobile*

b. Jenis-jenis transaksi *mobile banking*

- Transfer dana
- Informasi saldo
- Mutasi rekening
- Informasi nilai tukar
- Pembayaran (kartu kredit, PLN, telpon, handphone, listrik, asuransi)
- Pembelian (pulsa isi ulang, saham).

B. Deskripsi Responden

Setiap responden yang memberikan tanggapan mempunyai karakteristik yang berbeda. Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nama prodi/ jurusan, jenis kelamin, dan lama menjadi nasabah. Hasil dari pengelompokan responden menurut karakteristiknya adalah sebagai berikut.

1. Nama prodi/ jurusan

Karakter prodi/ jurusan dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, dan Manajemen Zakat dan Wakaf.

Tabel 4.1 prodi/ jurusan responden

Nama Prodi/ Jurusan	Frekuensi	Presentase
Ekonomi Syariah	89	52%
Perbankan Syariah	74	35,5%
Manajemen Zakat dan Wakaf	37	12,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

2. Jenis Kelamin

Pada karakteristik jenis kelamin, responden dibedakan dalam dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui porsi jenis kelamin dari responden yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	102	37,5%
Perempuan	98	62,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

3. Lama menjadi nasabah

Pada karakteristik lama responden menjadi nasabah digolongkan menjadi empat kategori yaitu kurang dari 1-3 bulan, 4-6 bulan, 7-12 bulan, dan lebih dari 1 tahun. Hasil dari pengelompokkan responden berdasarkan lama menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Lama menggunakan *mobile banking*

Lama Menggunakan	Frekuensi	Presentase
1-3 Bulan	24	6,5%
4-6 Bulan	35	8,5%
7-12 Bulan	68	29%
>12 Bulan	123	56%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

4. Statistik Deskriptif

Variabel independen dalam analisis ini adalah kemanfaatan *mobile banking* dan kemudahan *mobile banking*, serta variabel dependen yaitu efektivitas sistem layanan *mobile banking*. Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengkarakteriasi data dalam suatu variabel dengan memeriksa nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum dan minimum, serta standar deviasi. Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang diolah dengan bantuan SPSS 25.

Tabel 4.4 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata (Mean)	Standar Deviasi (SD)
Kemanfaatan	200	16	40	33,25	4,124
Kemudahan	200	6	20	15,95	2,748
Efektifitas sistem layanan <i>mobile banking</i>	200	10	25	19,99	3,459

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4, variabel kemanfaatan (X1) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai minimum sebesar 16, nilai maksimum sebesar 40, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 33,25 dan standar deviasi nilainya 4,194.

Variabel kemudahan (X2) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 15,95 dan standar deviasi nilainya 2,748.

Variabel efektifitas sistem layanan *mobile banking* (Y) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 19,99 dan standar deviasi nilainya 3,459.

Deskripsi selanjutnya yaitu menentukan kategori skor masing-masing variabel. Dalam penentuan kategori skor penulis menggunakan 3 kategori yang terdiri dari tinggi, sedang, dan rendah. Pengkategorian dilaksanakan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dengan rumus sebagai berikut:

- $X < M - \text{ISD}$, untuk kategori rendah
- $M - \text{ISD} \leq X < M + \text{ISD}$, untuk kategori sedang
- $M + \text{ISD} \leq X$, untuk kategori tinggi.

Maka untuk perhitungan kategori dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Perhitungan Kategori Variabel

Variabel	Rumus	Kategori
Kemanfaatan	$X < M - \text{ISD}$ $33,25 - 4,19 = 29,06$ $X < 29$	Rendah
	$M - \text{ISD} \leq X < M + \text{ISD}$ $29,06 \leq X < 37,44$ $29 \leq X < 37$	Sedang
	$M + \text{ISD} \leq X$ $33,25 + 4,19 = 37,44$ $37 \leq X$	Tinggi
Kemudahan	$X < M - \text{ISD}$ $15,95 - 2,748 = 13,20$ $X < 13$	Rendah

	$M - ISD \leq X < M + ISD$ $13,20 \leq X < 18,69$ $13 \leq X < 19$	Sedang
	$M + ISD \leq X$ $15,95 + 2,748 = 18,69$ $19 \leq X$	Tinggi
Efektivitas sistem layanan <i>mobile banking</i>	$X < M - ISD$ $19,99 - 3,45 = 16,53$ $X < 17$	Rendah
	$M - ISD \leq X < M + ISD$ $16,53 \leq X < 23,44$ $17 \leq X < 23$	Sedang
	$M + ISD \leq X$ $19,99 + 3,45 = 23,44$ $23 \leq X$	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah

Melihat perhitungan diatas maka akan diperoleh pengkategorian masing-masing variabel yaitu kemanfaatan (X1), kemudahan (X2), dan efektivitas sistem layanan *mobile banking* (Y). hasil pengkategorian akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 4.6 Kategori Kemanfaatan

Kategori	Frekuensi	Presentase
Tinggi	43	21,5%
Sedang	118	59%
Rendah	39	19,5%

Total	250	100%
-------	-----	------

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dengan variabel kemanfaatan, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 45, yang berarti ada 19,5% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 105, yang berarti ada 59% responden memilih ategori sedang dan kategori tinggi berjumlah 50, yang berarti ada 21,5% responden yang memilih kategori tinggi.

Tabel 4.7 Kategori kemudahan *mobile banking*

Kategori	Frekuensi	Presentase
Tinggi	37	18,5%
Sedang	133	66,5%
Rendah	30	15%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dengan variabel kemudahan, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 51, yang berarti ada 15% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 171, yang berarti ada 66,5% responden yang memilih kategori sedang dn kategori tinggi berjumlah 32, yang berarti ada 18,5% respond yang memilih kategori tinggi.

Tabel 4.8 Kategori Efektivitas Sistem Layanan *Mobile Banking*

Kategori	Frekuensi	Presentase
Tinggi	51	25,5%

Sedang	100	50%
Rendah	49	24,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dengan variabel efektivitas sistem layanan *mobile banking*, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 41, yang berarti ada 24,5% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 113, yang berarti ada 50% responden yang memilih kategori sedang dan kategori tinggi berjumlah 46, yang berarti ada 25,5% responden yang memilih kategori tinggi.

5. Data Analisis

a. Uji Instrumen

i. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pernyataan pada sebuah kuesioner benar atau tidak (Budisantoso, 2007). Pada penelitian ini, validitas diuji dengan melakukan korelasi antara *score* butir pernyataan dengan total *score*-nya. Signifikan atau tidaknya suatu korelasi dapat dilihat pada kolom atau baris *totalscore*, sebuah korelasi dapat dinyatakan signifikan apabila pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pernyataan menghasilkan tanda bintang. Dari uji validitas pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh hasil dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Uji Validitas

Variabel	Item	Correlations	Keterangan
	Butir 1	0.758**	Valid

Kemanfaatan (X1)	Butir 2	0.785**	Valid
	Butir 3	0.743**	Valid
	Butir 4	0.611**	Valid
	Butir 5	0.525**	Valid
	Butir 6	0.782**	Valid
	Butir 7	0.584**	Valid
	Butir 8	0.687**	Valid
Kemudahan (X2)	Butir 1	0.870**	Valid
	Butir 2	0.727**	Valid
	Butir 3	0.742**	Valid
	Butir 4	0.823**	Valid
Efektivitas sistem layanan <i>mobile</i> <i>banking</i>	Butir 1	0.731**	Valid
	Butir 2	0.706**	Valid
	Butir 3	0.751**	Valid
	Butir 4	0.717**	Valid
	Butir 5	0.701**	Valid

Sumber: Data pimer yang diolah

Bahwa korelasi antara masing-masing *score* butir pertanyaan pada setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan pada level 1% dan 5% untuk dua sisi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya satu dan dua bintang pada masing-masing *total score* butir pertanyaan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

ii. Uji Reliabilitas

Pada prinsipnya uji reliabilitas yaitu menguji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang dibagikan. Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban-jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas adalah teknik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $>0,60$ (Rezky Sulkarnain, 2022).

Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Kemanfaatan	.819	Reliabel
Kemudahan	.800	Reliabel
Efektivitas sistem layanan <i>mobile banking</i>	.784	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$, dengan demikian seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Statistik

1. Uji Asumsi Klasik

i. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data populasi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendapatkan akurasi nilai uji normalitas, penulis menggunakan metode *Kolmogroff-Smirnof* dengan asumsi jika nilai *Kolmogroff-Smirnof* lebih dari 0,05 maka normalitas terpenuhi, begitupun sebaliknya jika nilai

Kolmogrof-Smirnof kurang dari 0,05 maka data tidak normal. Berikut hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogrof-Smirnof*:

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp.Sig. (2-tailed)	0.137

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 yang merupakan output dari uji normalitas, dengan melihat nilai *Asymp.Sig.* nilainya lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik normalitas terpenuhi.

ii. Uji Multikolinieritas

Hasil penelitian dilakukan uji multikolinieritas untuk melihat apakah model regresi memiliki korelasi antara variabel independen atau tidak. Jika terjadi gejala multikolinieritas, maka akan menghasilkan regresi yang kurang bagus. Hal ini karena banyak variabel dapat menghasilkan parameter serupa yang menyebabkan mereka saling berkaitan, sehingga dapat saling mengganggu. Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan dan dilihat pada uji multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10, multikolinieritas tidak terjadi, sedangkan nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 terjadi multikolinieritas. Sementara itu, jika nilai VIF kurang dari 10 tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya, ketika VIF lebih dari 10 terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemanfaatan	0.584	1.713
Kemudahan	0.584	1.713

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.12 yang merupakan kinerja dari hasil uji multikolinieritas, nilai *Tolerance* untuk kemanfaatan (X1) adalah 0.584 yang berarti nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.713, yang berarti nilai VIF kurang dari 10, hal ini menunjukkan bahwa datanya tidak multikolinieritas, sementara itu untuk variabel kemudahan (X2) nilai *Tolerance* adalah 0.584 yang berarti nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.713, yang berarti nilai VIF kurang dari 10, maka data tidak terjadi multikolinieritas.

iii. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada data penelitian untuk menentukan apakah varian dari nilai residual identik. Karena model regresi linier tidak efisien dan tidak dapat diandalkan dimana terdapat heteroskedastisitas.

Guna mendapatkan akurasi angka dalam uji heteroskedastisitas maka metode yang digunakan yaitu metode uji Glasjer. Dengan asumsi data tidak terdapat heteroskedastisitas jika nilai makna signifikan (Sig) lebih besar dari 0,05 antara variabel residual independen.

Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Kemanfaatan	0,707
Kemudahan	0,607

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 nilai signifikan variabel kemanfaatan (X1) sebesar 0,707, hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah dengan heteroskedastisitas. Sementara itu variabel kemudahan (X2) memiliki nilai signifikan sebesar 0,607, yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari pada 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik uji heteroskedastisitas terpenuhi.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh serta arah hubungan antara variabel bebas dari kemanfaatan dan kemudahan *mobile banking* terhadap variabel terikat efektivitas sistem layanan *mobile banking*. Penulis melakukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 dan hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1.040	1.418
Kemanfaatan	.408	.055

Kemudahan	.337	.84
-----------	------	-----

Variabel Dependen: Efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking*

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.14 merupakan output dari hasil analisis regresi linier berganda, maka dilihat dari koefisien B akan dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.040 + 0.408 X_1 + 0.337 X_2 + e$$

Mengacu dari segi persamaan regresi di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta β_0 bernilai positif menunjukkan bahwa apabila terdapat kenaikan nilai variabel kemanfaatan (X_1) dan kemudahan (X_2), maka efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* (Y) meningkat sebesar 1.040.
- Koefisien regresi variabel kemanfaatan (X_1) dilihat dari β_1 menunjukkan nilai positif sebesar 0.408. hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatkan variabel kemanfaatan X_1 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.408
- Koefisien regresi variabel kemudahan (X_2) dilihat dari β_2 menunjukkan nilai positif sebesar 0.337. hal ini menunjukkan bahwa dengan meningkatnya variabel kemudahan X_2 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.337.

3. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri.

1) H_0 = Kemanfaatan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

H_1 = Kemanfaatan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2) H_0 = Kemudahan layanan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

H_1 = Kemudahan layanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 tidak ditolak
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_1 dan H_2 tidak ditolak.

Berikut hasil dari uji t disajikan dalam bentuk tabel:

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
Kemanfaatan	7.418	0.000
Kemudahan	4.000	0.000

Variabel Dependen: Efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking*

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas yaitu kinerja hasil uji t untuk pengaruh variabel kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) terhadap efektivitas sistem layanan *mobile banking* (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai signifikan (Sig.) dari variabel kemanfaatan (X1) adalah 0.000, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan kemanfaatan lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang menunjukkan bahwa **H₀** ditolak dan **H₁ diterima**. Hasilnya, variabel kemanfaatan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sistem layanan *mobile banking* (Y).
- Variabel kemudahan (X2) diketahui bahwa nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan kemudahan lebih kecil daripada 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka hal ini menunjukkan bahwa **H₀** ditolak dan **H₂ diterima**. Hasilnya, variabel kemudahan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sistem layanan *mobile banking* (Y).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) secara

simultan dengan variabel dependen yaitu efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* (Y).

Tabel 4.16 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	93,764	,00

Sumber: Data primer yang diolah

Variabel Dependen: Efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking*

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16 yang merupakan hasil dari uji F diketahui bahwa nilai signifikan (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikan uji F lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga variabel bebas yang meliputi kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) mempengaruhi variabel terikat yaitu efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* (Y) secara simultan maupun bersama-sama berpengaruh positif terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* sehingga hipotesis keempat diterima.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinan *R-squared* berada pada rentang 0 dan satu. Jika nilai koefisien determinan *R-square* yang kecil atau mendekati 0 artinya kesanggupan variabel independen untuk menjabarkan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya apabila nilai *R-square* mendekati 1 berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan variabel terikat semakin kuat (Gunawan, 2020).

Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi

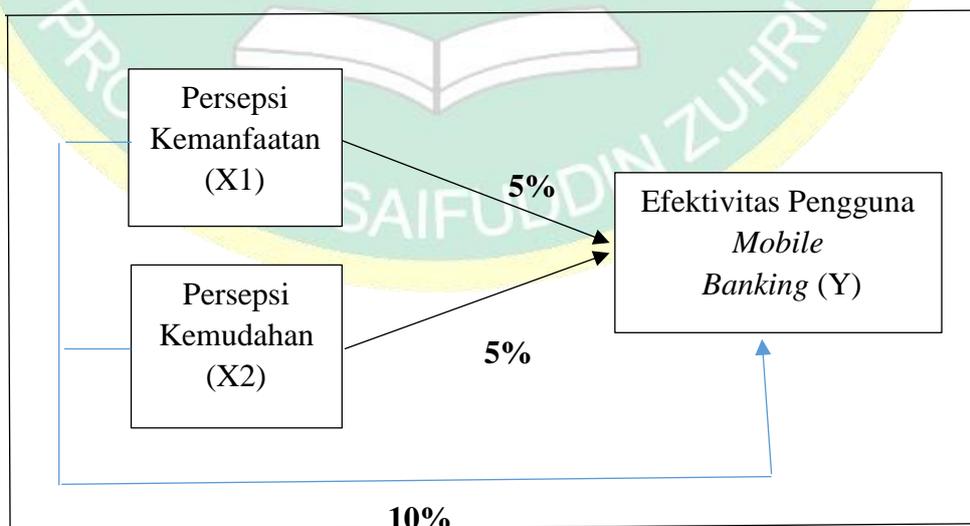
Model	R	R Square
Regression	.698	.688

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.17 nilai R 0.698 yang menggambarkan hubungan antara kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) dengan efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* (Y) tergolong tinggi. Sedangkan nilai R Square adalah 0.688 yang mengimplikasikan bahwa pengaruh kemanfaatan (X1) dan kemudahan (X2) dengan efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* (Y) adalah 48,8% sedangkan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh variable atau faktor lain.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis ini merupakan pengujian dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah peneliti melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto serta mengolah hasil jawaban responden menggunakan aplikasi *software* SPSS versi 25 sebagai berikut:



Gambar 3: Presentase Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil analisis ini merupakan pengujian dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Setelah peneliti melakukan penyebaran kuesioner yang diajukan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto serta mengolah hasil jawaban responden menggunakan aplikasi *software* SPSS versi 25 sebagai berikut:

Berdasarkan perhitungan R-square 0,688 yang artinya korelasi antara variabel kemanfaatan, kemudahan dan efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto terjadi pengaruh yang cukup kuat. Perihal ini menampilkan jika pengaruh variabel independen (kemanfaatan dan kemudahan layanan *mobile banking*) terhadap variabel dependen (efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto) sebanyak 0,688 atau sebesar 68,8% sisanya sebanyak 0,404 atau sebesar 40,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kemudian hasil interpretasi dari hasil regresi tersebut terhadap signifikansi masing-masing variabel yang diteliti dipaparkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%), ini menunjukkan bahwa variabel Kemanfaatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking*. Ini artinya hipotesis (H_1) tidak ditolak.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Fernanda Idham Kholid (2018) persepsi kemanfaatan merupakan kegunaan suatu keluaran yang dirasakan oleh nasabah, dapat berupa tersedianya

jasa atau fasilitas yang dapat diakses oleh publik dan kemanfaatan yang dirasakan merupakan salah satu penyebab nasabah merasakan adanya kemanfaatan menggunakan layanan *mobile banking*.

Alasan mengapa variabel kemanfaatan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap variabel kemudahan pada penelitian ini, walaupun hasil dari jawaban terbuka mengatakan nilai total rata-rata hitung untuk kedua variabel tersebut sudah baik, ialah karena persepsi kemanfaatan pengguna yang didapat pengguna terhadap aplikasi *mobile banking* bukan merupakan faktor utama yang dapat membentuk niat perilaku pengguna untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut, melainkan ada faktor-faktor lain. Didapati pertanyaan bahwa nasabah memiliki keuhan terhadap aksesibilitas nasabah pada aplikasi pada *smartphone*. Sering mengalami masalah seperti halaman tidak dapat diakses, dan sering terjadi *error* pada aplikasi *mobile banking*. Menyebabkan nasabah sedikit kesulitan dalam melakukan *top up e-money*, transfer maupun melakukan pembayaran.

Walaupun nasabah dapat melakukan *top-up*, transfer dan melakukan pembayaran uang dari ATM apapun. Kondisi ini tentu mempersulit nasabah karena nasabah diharuskan untuk selalu mencari mesin ATM saat ini untuk melakukan hal-hal yang seharusnya dapat dilakukan di *smartphone*. Dengan adanya fakta-fakta tersebut, maka kemungkinan faktor lain yang diyakini penulis sebagai faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nasabah untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* adalah aksesibilitas yang dimiliki oleh *mobile banking* agar nasabah dapat merasakan kemanfaatannya.

2. Pengaruh kemanfaatan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 (5%), ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking*. Ini artinya hipotesis (H_2) tidak ditolak bahwa terdapat pengaruh kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Dengan demikian, hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Margaretha Oktavia Pranoto dan R. Gunawan Setianegara (2020) yang berjudul analisis pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kemanfaatan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* hal ini dapat dilihat dari menyatakan bahwa uji statistik secara persial dapat diketahui variabel kemudahan (X_2) memperoleh nilai t hitung sebesar 8,052 dan t tabel sebesar 1,660, sehingga t hitung lebih besar dari t tabel ($8,052 > 1,660$) dengan nilai signifikannya sebesar 0,000 nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka H_{03} ditolak, artinya bahwa variabel kemudahan (X_2) berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking* (Y). nilai t hitungnya diperoleh positif yaitu sebesar 8,052, artinya berpengaruh positif dan signifikan.

Berdasarkan teori menurut Abi Fadhlán (2018) menyatakan bahwa persepsi tentang kemudahan pengguna sebuah teknologi didefinisikan sebagai salah satu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Sedangkan menurut Fahrul Rozi (2019) kemudahan pengguna didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa pengguna teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya.

Berdasarkan hasil survey dengan melihat jawaban dari pertanyaan terbuka, sebagian mahasiswa menyatakan bahwa

pengetahuan mengenai *mobile banking* yang didapat disela perkuliahan dan dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Karena layanan *mobile banking* merupakan jenis layanan yang fleksibel dan bisa digunakan untuk membantu nasabah melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Masih besarnya peluang untuk memasuki pasar untuk jenis layanan *mobile banking* tersebut merupakan tantangan bagi industri perbankan untuk menelusuri faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk menerima pengguna *mobile banking*.

3. Pengaruh kemanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Hasil penelitian menunjukkan f_{hitung} sebesar 93,764 dan f_{tabel} 2,78 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$ (10%) sehingga terdapat pengaruh simultan variabel kemanfaatan dan kemudahan pengguna *mobile banking* terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sonia Devita (2021) “Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif. Efektivitas merupakan hal utama yang menyatakan berhasil atau tidaknya sebuah perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaa *mobile banking* perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *mobile banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada persepsi atau pandangan nasabah terhadap layanan *mobile banking*”. Dengan kata

lain ada kemanfaatan dan kemudahan yang didapatkan mahasiswa untuk tetap menggunakan layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya kemanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa yang diberikan oleh pihak bank, maka akan meningkatkan pula tingkat nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Dengan adanya nasabah bertransaksi menggunakan *mobile banking*, maka akan semakin banyak nasabah yang menggunakan produk-produk atau jasa yang ditawarkan oleh pihak bank.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang sudah mengetahui dan mengaplikasikan layanan tersebut. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari variabel kemanfaatan memiliki t hitung 7,418 < t tabel 1,998 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%) sehingga terdapat pengaruh persepsi kemanfaatan pengguna *mobile banking* terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Berdasarkan hasil dari variabel kemudahan memiliki t hitung 4,000 < t tabel 1,998 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (5%) sehingga terdapat pengaruh persepsi kemudahan pengguna *mobile banking* terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan f_{hitung} sebesar 93,764 dan f_{tabel} 2,78 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,10$ (10%) sehingga terdapat pengaruh simultan variabel kemanfaatan dan kemudahan pengguna *mobile banking* terhadap efektivitas sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan, penulis ingin menyampaikan saran-saran kepada pihak yang terkait dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain:

1. Bagi pihak akademik, diharapkan mengadakan pelatihan atau kegiatan diluar perkuliahan yang bisa mendukung mahasiswa lebih mengetahui tentang produk yang berkaitan dengan dunia ekonomi dan bisnis. Kemudian tetap mempertahankan kualitas pembelajaran agar menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan sesuai dengan yang diharapkan
2. Bagi mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebaiknya lebih mengetahui tentang dunia perbankan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa yang dapat dipergunakan di dunia kerja
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambahkan variabel independen yang berhubungan dengan hal-hal yang mempengaruhi tentang layanan *mobile banking* (seperti fitur-fitur, kekurangan, dan lain-lain). Serta memperluas objek penelitian yang tidak hanya berfokus pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam proses melakukan penelitian ini terdapat keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi penilitin, yaitu:

1. Adanya keterbatasan waktu penelitian, tenaga, dan kemampuan peneliti.
2. Adanya kemampuan responden yang kurang dalam memahami pertanyaan pada kuesioner dan juga kejujuran dalam mengisi kuesioner sehingga ada kemungkinan hasilnya kurang akurat.
3. Penelitian ini hanya melakukan pengkajian terhadap pengaruh beberapa persepsi kemanfaatan dan kemudahan terhadap efektivitas

sistem layanan pengguna *mobile banking* bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto sehingga perlu dikembangkan penelitian lebih lanjut untuk meneliti pengaruh faktor lain yang belum dikaji terhadap efektivitas.



DAFTAR PUSTAKA

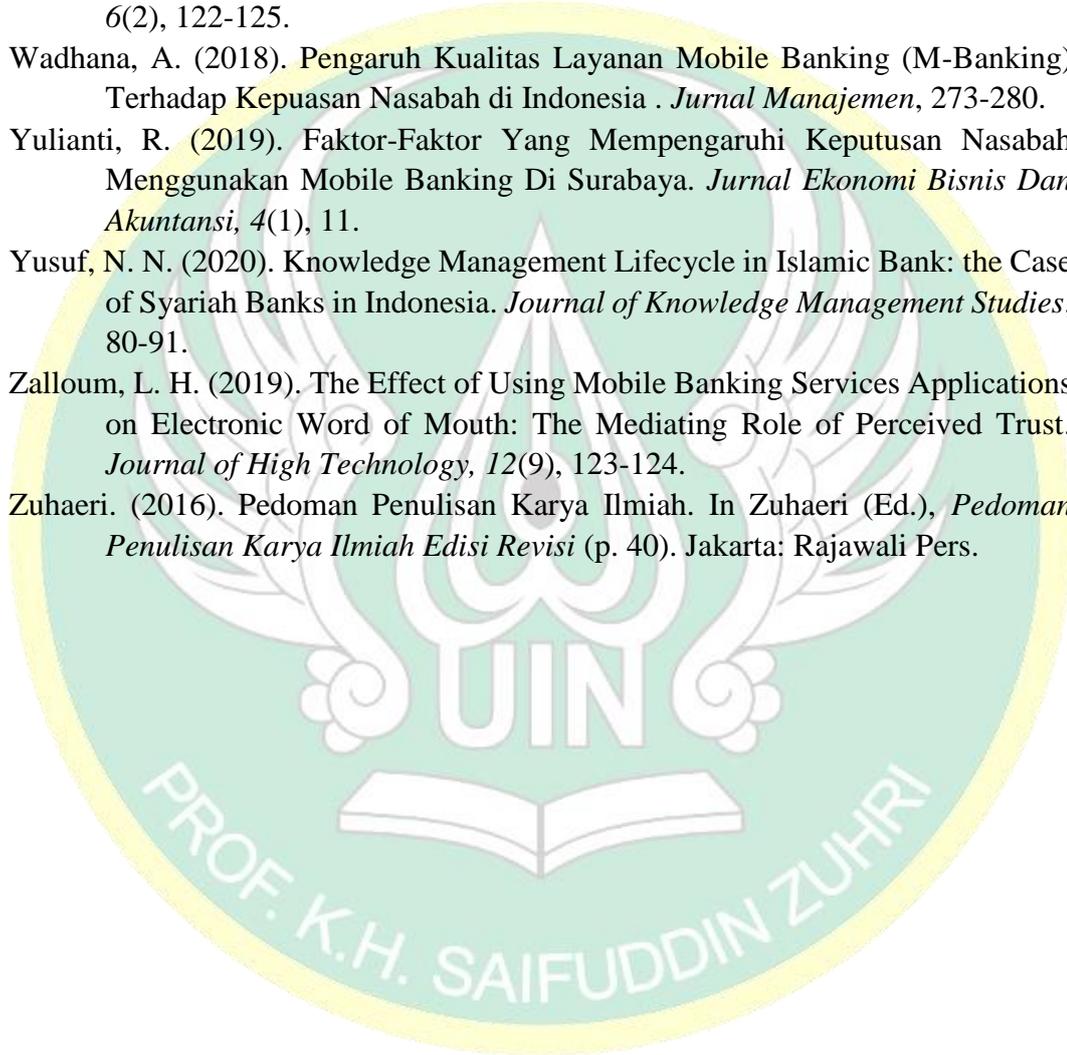
- Abdul Jalil, N. I. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 88-90.
- Abi Fadlan, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Pengguna Mobile Banking . *Jurnal administrasi bisnis*, 62(1), 83.
- Amalia Putri, A. D. (2022). Evaluasi Usability Aplikasi BTN Mobile Dengan Metode User Experience Questionnaire dan Heuristic Evaluation. *Jurnal Sistem Informasi*, 3(2), 50.
- Amatun Nur Makmuriyah, K. M. (2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Semarang). *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 5(1), 41.
- Andri Sahata Sitanggang, T. A. (2019). Analisis Yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking Bagi Nasabah BNI. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 560-561.
- Ariska, S. (2022). Pengaruh Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking dan Profit Sharing Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di Era Pandemi Covid-19 Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pulo Brayon Medan. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 12.
- Aviarini Indrati, B. S. (2023). Analisis Usability Layanan BCA Mobile Banking Berdasarkan Persepsi Pengguna Menggunakan Heuristic Evaluation. *Jurnal Ilmiah Teknik*, 40.
- Budisantoso, P. (2007). Statistik Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga. In Erlangga (Ed.), *Statistik Deskriptif* (p. 34). Jakarta: 2010.
- Darmeinis D, Y. Y. (2022). Pengaruh Kemudahan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Central Asia Kantor Cabang Utama Suryopranoto. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata, Dan Perhotelan*, 1(1), 86.
- Debi Triyanti, R. F. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1), 183-184.
- Dirwan. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat, dan Kenyamanan. *Journal of Management and Business*, 1(1), 329.
- Fahrul Rozi, M. Z. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 100.

- Fahrul Rozi, M. Z. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan*, 3(2), 98.
- Fernanda Idham Kholid, E. D. (2018). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Pengguna, Kepercayaan Nasabah Dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Pengguna E-Banking Pada PT Bank Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2), 54.
- Fitrianisa, S. R. (2021). Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pengguna Mobile Banking BNI Syariah di Kota Depok). *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Perbankan*, 7(1), 1262.
- Gunawan. (2020). *Aplikasi Analisis SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition*. CV: Budi Utama.
- Hafid Nur Yudha, J. I. (2015). Analisis Pengaruh Persepsi Nasabah Bank Terhadap Internet Banking Adoption (Studi Pada Nasabah Perbankan Yang Menggunakan Internet Banking Di Kota Surakarta). *Diponegoro journal of accounting*, 4(1), 15.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan M-banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 120.
- Hendi Prihanto, R. Y. (2021). Analisa Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Penerapan Mobile Banking. *Jurnal Kuntansi, Keuangan, Pajak, dan Informasi*, 1(1), 103.
- Indriastuti, H. (2020). Consumer Acceptance Mobile Banking di Bank Swasta Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 212.
- Jhon Fernos, M. A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Kota Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 3(1), 67.
- Jhon Fernos, M. A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Pengguna Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Koto Baru, Dharmasraya. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 1(1), 65.
- Johandri Iqbal, H. I. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Pengguna Mobile Banking. *Global Financial Accounting Journal*, 55-57.
- Lilis Susilawaty, N. N. (2020). Pengaruh Layanan Perbankan Digital Pada Kepuasan Nasabah Perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 2(1), 179.
- Margaretha Oktavia Pranoto, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kemanfaatan Terhadap Minat Nasabah

- Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal ilmiah mahasiswa universitas negeri semarang*, 1(1), 5.
- Melanie, M. T. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, IV(1), 34.
- Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Disarankan Dengan Media Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Adopsi Mobile Banking BRI Makasar Raya. *Journal Of Business And Banking*, 8(1), 162.
- Mentari, A. D. (2018). Pengaruh Kesadaran, Kecepatan Transaksi, Keamanan, Manfaat Yang Disarankan Dengan Mediasi Persepsi Kemudahan Pengguna Terhadap Adopsi Mobile Banking BRI Makassar Raya. *Journal Of Business and Banking*, 8(1), 327.
- Miftahuddin, D. H. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 8(1), 18-19.
- Mukhtisar, I. R. (2020). Pengaruh Efisiensi, Keamanan, Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal ilmiah mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh*, 3(1), 64.
- Ni Wayan Asih Budi Utami, N. T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Risiko dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT BRI (PERSERO) TBK (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 11(2), 320.
- Nur Imanah, D. A. (2021). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), 97.
- Nurastuti, W. (2011). Teknologi Perbankan. In G. Ilmu (Ed.), *Teknologi Perbankan* (p. 18). Jakarta: 2011.
- Nurdin, I. M. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 1(2), 97.
- Nurdin, I. M. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 1(2), 98.
- Nursiah, M. F. (2022). Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 94.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS Edisi 2*. CV: Wade Group.
- Rahyuni. (2019). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking pada Masyarakat Boyolali. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 95.
- Restu Guriting, P. Z. (2013). Minat Individu Terhadap Penggunaan Internet Banking: Pendekatan Modified Theory Of Planned Behavior. *Jurnal ilmiah mahasiswa FEB*, 1(2), 7.

- Rezky Sulakarnain, D. N. (2022). Pengaruh Kemudahan, Manfaat dan Resiko Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang SAM Satulangi. *Jurnal Manajemen*, 3(1), 609.
- Rosilia Salmah, L. H. (2021). Pendapat, Pendidikan, Persepsi Kemudahan, dan Sikap Sebagai Mediasi Terhadap Keputusan Pengguna Mbile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 802.
- Rozaq M, Y. N. (2021). Analisis Pengaruh Layanan Digital Perbankan Syariah Terhadap Literasi Keuangan Syariah Generasi Milenial. *Jurnal Baabu Al-Ilmi Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(1), 82.
- Sa'diyah, W. M. (2018). Use of e-toll Cards; Satisfied Consumer. *Jurnal Manajemen*, 73-79.
- Sainang, S. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepuasan Pengguna Terhadap Minat Membayar Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) Menggunakan Shopeepay. *Jurnal Riset Perpajakan*, 133-135.
- Santoso, S. (2008). *Panduan Lengkap Menguasai SPSS* (1 ed.). Jakarta: PT Elek Media Komputindo.
- Setiawan, I. (2020). Analisis Peran Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Bank Syariah Versus Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 53-54.
- Setiawan, I. (2020). Analisis Peran Perbankan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia: Bank Syariah Versus Bank Konvensional. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi, dan Manajemen Bisnis*, 8(1), 56-58.
- Siti Bunga Fatimah, A. H. (2020). Digitalisasi Pada Bank Mandiri Syariah Di Tengah Persaingan Dan Perubahan Teknologi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 7(4), 790.
- Sonia Devita, P. C. (2021). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Berkelanjutan Menggunakan Layanan Mobile Banking PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Unit Tunggul, Jember. *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis*, 5(6), 532-533.
- Sri Imelda, H. H. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, 101-102.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyono, M. (2010). *Buku Pintar Perbankan* (1 ed.). Jakarta: PT BRI.
- Taufiq Cahidir, I. R. (2021). Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Pada Bank Konvensional dan Bank Syariah di Nusa Tenggara Barat: Pembuktian Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 3(1), 65-66.

- Taufiq, M. d. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 3(1), 12.
- Tono, R. J. (2010). Bank Indonesia Menuju Independen Bank Sentral. In R. J. Tono (Ed.), *Bank Indoesia Menuju Independen Bank Sentral* (p. 27). Jakarta: Erlangga.
- Utama, A. S. (2021). Digitalisasi Produk Bank Konvensional Dan Bank Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum, Perundang-undangan dan Pranata Sosial*, 6(2), 122-125.
- Wadhana, A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia . *Jurnal Manajemen*, 273-280.
- Yulianti, R. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 11.
- Yusuf, N. N. (2020). Knowledge Management Lifecycle in Islamic Bank: the Case of Syariah Banks in Indonesia. *Journal of Knowledge Management Studies*, 80-91.
- Zalloum, L. H. (2019). The Effect of Using Mobile Banking Services Applications on Electronic Word of Mouth: The Mediating Role of Perceived Trust. *Journal of High Technology*, 12(9), 123-124.
- Zuhaeri. (2016). Pedoman Penulisan Karya Ilmiah. In Zuhaeri (Ed.), *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi* (p. 40). Jakarta: Rajawali Pers.





LAMPIRAN - LAMPIRAN

LAMPIRAN I
KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA *MOBILE*
BANKING (Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN**

Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto)

Kepada Yth.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di tempat

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Ulfiani

NIM : 1917202168

Prodi : Perbankan Syariah

Bermaksud akan mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Terhadap Efektivitas Sistem Layanan Pengguna *Mobile Banking* (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto)”. Semua informasi dari hasil penelitian akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian. Jika saudara/i bersedia, maka saya mohon kesediaan untuk mengisi lembar persetujuan dan identitas yang saya lampirkan.

Atas perhatian dan kesediaannya menjadi responden saya ucapkan terimakasih.

Hormat

Saya



Siti Ulfiani

1917202168

**PENGARUH PERSEPSI KEMANFAATAN DAN KEMUDAHAN
TERHADAP EFEKTIVITAS SISTEM LAYANAN PENGGUNA *MOBILE*
*BANKING***

**(Studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H
Saifuddin Zuhri Purwokerto)**

A. Identitas responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Email :
4. Jenis kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
5. Prodi/ jurusan :
 - Ekonomi Syariah
 - Perbankan Syariah
 - Manajemen Zakar dan Wakaf
6. Jenis *Mobile Banking* :
 - *BCA Mobile*
 - *BRI Mobile*
 - *BNI Mobile*
 - *BSI Mobile*
 - *Mega Mobile*
7. Berapa lama menggunakan *mobile banking* :
 - 1-3 bulan
 - 4-6 bulan
 - 7-12 bulan
 - >12 bulan

B. Petunjuk pengisian dan daftar pertanyaan

Responden cukup mengisi jawaban dengan memberi tanda ceklis pada kolom yang tersedia, setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban.

No	Tanggapan Responden	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Cukup Setuju (CS)	2
5.	Tidak Setuju (TS)	1

C. Pertanyaan Peneliti

Persepsi kemanfaatan (X1)

No	Pertanyaan	TS	CS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> dapat memperlancar segala macam transaksi					
2.	Penggunaan layanan <i>mobile banking</i> meminimalkan kegiatan perbankan terutama bertransaksi					
3.	Melalui <i>mobile banking</i> saya mendapatkan informasi yang dibutuhkan					
4.	Dengan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> segala keluhan yang diajukan oleh nasabah ditanggapi dengan cepat dan tanggap					

5.	Manfaat layanan <i>mobile banking</i> dapat menampilkan fitur-fitur yang jelas					
6.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efisiensi dalam memanfaatkan layanan perbankan dan layanan <i>mobile banking</i> mendukung bagian terpenting dalam transaksi saya					
7.	Dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat membuat transaksi yang saya lakukan menjadi lebih akurat					
8.	Layanan <i>mobile banking</i> dapat dipercaya, aman, dan dijaga kerahasiaannya					

Persepsi kemudahan (X2)

No	Pertanyaan	TS	CS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Cara penggunaan layanan <i>mobile banking</i> mudah dipelajari dan susunan menu pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dipahami					
2.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mengerti penggunaan teknologi dalam bertransaksi					
3.	<i>Mobile banking</i> dapat membantu untuk sering melakukan transaksi dan fitur-					

	fitur yang ada pada layanan <i>mobile banking</i> mudah dimengerti					
4.	<i>Mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun dan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> dapat mengefesiensi waktu nasabah karena tidak perlu mengantri atau datang ke bank					

Efektivitas sistem layanan penggunaan *mobile banking* (Y)

No	Pertanyaan	TS	CS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	<i>Mobile banking</i> merupakan sarana positif untuk membuat kenyamanan transaksi pengguna atau nasabah bank					
2.	Fasilitas <i>mobile banking</i> akan lebih banyak digunakan orang dimasa mendatang					
3.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena menyediakan informasi yang saya butuhkan selama saya melakukan transaksi perbankan					
4.	Saya melakukan berbagai macam transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> (misal: pembayaran kuliah, pembayaran tagihan (briva), pembelian pulsa, penarikan tunai, dan lain-lain)					
5.	<i>Mobile banking</i> terus menyempurnakan layanan perbankan					

	untuk menambah kenyamanan nasabah					
--	--------------------------------------	--	--	--	--	--



Lampiran 2 – Data Penelitian

No Responden	NIM	Jenis Kelamin	Prodi	Lama Menggunakan Mobile Banking	Jenis Mobile Banking
1.	1917202168	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI
2.	1917202166	Perempuan	ESY	1 tahun	BRI
3.	1917202169	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BRI
4.	1917202167	Laki-laki	ESY	4-6 bulan	BRI
5.	1917202165	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BRI
6.	1917202162	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BRI
7.	1917202164	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BRI
8.	1917202163	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BCA
9.	1917202170	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BSI
10.	1917202161	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BCA
11.	1917202180	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BSI
12.	1917202168	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BSI
13.	1917202174	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI
14.	1917202179	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI
15.	1917202178	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI
16.	1917202152	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BSI
17.	1917202156	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BNI
18.	1917202173	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BSI
19.	1917202153	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BSI
20.	1917202175	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BCA
21.	1917202151	Laki-laki	ESY	>12 bulan	Mega
22.	1917202155	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BCA
23.	1917202154	Laki-laki	ESY	4-6 bulan	BCA
24.	1917202176	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BSI
25.	1917202177	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BSI
26.	1917202160	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BSI
27.	1917202157	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BSI
28.	1917202142	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BSI
29.	1917202171	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BNI
30.	1917202168	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BCA
31.	1917202141	Perempuan	ESY	>12 bulan	Mega
32.	1917202158	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BCA
33.	1917202150	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BRI
34.	1917202172	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BRI

35.	1917202140	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BCA
36.	1917202040	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BRI
37.	1917202060	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BNI
38.	1917202059	Laki-laki	ESY	4-6 bulan	BNI
39.	1917202041	Laki-laki	ESY	4-6 bulan	BSI
40.	1917202078	Perempuan	ESY	4-6 bulan	Mega
41.	1917202077	Perempuan	ESY	7-12 bulan	Mega
42.	1917202058	Perempuan	ESY	7-12 bulan	Mega
43.	1917202042	Laki-laki	ESY	1-3 bulan	Mega
44.	1917202076	Laki-laki	ESY	1-3 bulan	BNI
45.	1917202057	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BNI
46.	1917202061	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BCA
47.	1917202043	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BCA
48.	1917202056	Laki-laki	ESY	1-3 bulan	BRI
49.	1917202044	Perempuan	ESY	>12 bulan	BRI
50.	1917202062	Perempuan	ESY	>12 bulan	BRI
51.	1917202075	Perempuan	ESY	>12 bulan	BRI
52.	1917202045	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
53.	1917202074	Perempuan	ESY	4-6 bulan	Mega
54.	1917202055	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BCA
55.	1917202063	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BCA
56.	1917202046	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BCA
57.	1917202073	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
58.	1917202064	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BNI
59.	1917202047	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BSI
60.	1917202054	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BRI
61.	1917202072	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BRI
62.	1917202048	Laki-laki	ESY	1-3 bulan	Mega
63.	1917202071	Perempuan	ESY	7-12 bulan	Mega
64.	1917202065	Perempuan	ESY	7-12 bulan	Mega
65.	1917202053	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BSI
66.	1917202049	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BSI
67.	1917202066	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
68.	1917202050	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
69.	1917202070	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
70.	1917202051	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BSI
71.	1917202069	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BSI
72.	1917202067	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BRI
73.	1917202052	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BRI
74.	1917202068	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI

75.	2017202053	Perempuan	ESY	1-3 bulan	BRI
76.	2017202052	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BSI
77.	2017202071	Perempuan	ESY	4-6 bulan	BNI
78.	2017202073	Perempuan	ESY	>12 bulan	BRI
79.	2017202070	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BRI
80.	2017202051	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BRI
81.	2017202072	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BRI
82.	2017202069	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BCA
83.	2017202056	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BNI
84.	2017202074	Laki-laki	ESY	7-12 bulan	BNI
85.	2017202050	Perempuan	ESY	7-12 bulan	BNI
86.	2017202075	Perempuan	ESY	>12 bulan	BSI
87.	2017202057	Laki-laki	ESY	>12 bulan	BSI
88.	2017202068	Perempuan	ESY	>12 bulan	Mega
89.	2017202076	Perempuan	ESY	1-3 bulan	Mega
90.	2017202049	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BCA
91.	2017202067	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	BSI
92.	2017202048	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BSI
93.	2017202058	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BSI
94.	2017202066	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BRI
95.	2017202077	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BRI
96.	2017202041	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BCA
97.	2017202078	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
98.	2017202065	Perempuan	PSY	7-12 bulan	Mega
99.	2017202042	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BNI
100.	2017202059	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BNI
101.	2017202079	Perempuan	PSY	>12 bulan	BNI
102.	2017202064	Perempuan	PSY	>12 bulan	BNI
103.	2017202043	Perempuan	PSY	>12 bulan	BSI
104.	2017202080	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
105.	2017202081	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
106.	2017202047	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
107.	2017202044	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BRI
108.	2017202060	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BRI
109.	2017202082	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BRI
110.	2017202063	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
111.	2017202045	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BNI
112.	2017202062	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	BCA
113.	2017202061	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	Mega
114.	2017202046	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BSI

115.	214110202044	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BSI
116.	214110202062	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	BNI
117.	214110202080	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BNI
118.	214110202045	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
119.	214110202063	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
120.	214110202062	Perempuan	PSY	>12 bulan	BSI
121.	214110202079	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BRI
122.	214110202064	Perempuan	PSY	7-12 bulan	Mega
123.	214110202046	Perempuan	PSY	7-12 bulan	Mega
124.	214110202061	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BSI
125.	214110202078	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BSI
126.	214110202060	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BSI
127.	214110202065	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BSI
128.	214110202047	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BSI
129.	214110202077	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	Mega
130.	214110202066	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	BCA
131.	214110202059	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	BNI
132.	214110202048	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BSI
133.	214110202067	Perempuan	PSY	>12 bulan	BSI
134.	214110202076	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BSI
135.	214110202049	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BSI
136.	214110202058	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BSI
137.	214110202068	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BRI
138.	214110202075	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BRI
139.	214110202057	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BCA
140.	214110202050	Perempuan	PSY	7-12 bulan	Mega
141.	214110202069	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
142.	214110202081	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
143.	214110202074	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
144.	214110202056	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BNI
145.	214110202051	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
146.	214110202070	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
147.	214110202073	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
148.	214110202055	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BCA
149.	214110202052	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BSI
150.	214110202071	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BSI
151.	214110202082	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BSI
152.	214110202072	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	BCA
153.	214110202053	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	BCA
154.	214110202054	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BSI

155.	2017202010	Perempuan	PSY	>12 bulan	BSI
156.	2017202026	Perempuan	PSY	7-12 bulan	Mega
157.	2017202025	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
158.	2017202027	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
159.	2017202024	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BCA
160.	2017202040	Perempuan	PSY	>12 bulan	BSI
161.	2017202028	Perempuan	PSY	>12 bulan	BRI
162.	2017202023	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BCA
163.	2017202041	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
164.	2017202039	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BSI
165.	2017202022	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BSI
166.	2017202029	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BNI
167.	2017202011	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
168.	2017202038	Perempuan	PSY	1-3 bulan	BCA
169.	2017202037	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BCA
170.	2017202021	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	Mega
171.	2017202012	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	Mega
172.	2017202030	Laki-laki	PSY	7-12 bulan	Mega
173.	2017202020	Laki-laki	PSY	>12 bulan	Mega
174.	2017202019	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BNI
175.	2017202013	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BRI
176.	2017202031	Laki-laki	PSY	>12 bulan	BCA
177.	2017202036	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	BCA
178.	2017202018	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BNI
179.	2017202014	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
180.	2017202032	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
181.	2017202035	Perempuan	PSY	7-12 bulan	BNI
182.	2017202015	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BCA
183.	2017202017	Perempuan	PSY	4-6 bulan	BCA
184.	2017202033	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BCA
185.	2017202016	Laki-laki	PSY	4-6 bulan	BCA
186.	2017202034	Laki-laki	PSY	1-3 bulan	BCA
187.	1917202183	Perempuan	MZW	1-3 bulan	BNI
188.	1917202187	Perempuan	MZW	7-12 bulan	BNI
189.	1917202180	Perempuan	MZW	7-12 bulan	BRI
190.	1917202186	Laki-laki	MZW	>12 bulan	BRI
191.	1917202182	Laki-laki	MZW	>12 bulan	BRI
192.	1917202185	Laki-laki	MZW	>12 bulan	BRI
193.	1917202181	Laki-laki	MZW	4-6 bulan	BRI
194.	1917202184	Laki-laki	MZW	1-3 bulan	Mega

195.	1917202193	Perempuan	MZW	7-12 bulan	Mega
196.	1917202091	Perempuan	MZW	7-12 bulan	BCA
197.	1917202192	Perempuan	MZW	7-12 bulan	BRI
198.	1917202188	Perempuan	MZW	4-6 bulan	Mega
199.	1917202190	Perempuan	MZW	>12 bulan	BSI
200.	1917202189	Perempuan	MZW	>12 bulan	BRI

Lampiran 3 – Hasil Tabulasi Variabel Kemanfaatan (X1)

No Responden	X1								Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	
1.	3	4	4	5	4	5	5	5	37
2.	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3.	4	5	5	5	5	5	5	5	39
4.	5	5	5	5	3	5	3	5	36
5.	4	4	5	4	4	5	4	4	34
6.	5	5	5	5	3	5	4	4	36
7.	3	4	5	4	5	5	5	3	34
8.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9.	4	4	4	4	5	5	4	5	35
10.	5	5	4	3	5	4	3	4	33
11.	5	5	4	5	4	5	4	4	36
12.	4	4	5	5	4	4	4	4	34
13.	4	5	5	4	5	5	5	4	37
14.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15.	4	5	5	4	5	5	4	5	37
16.	5	4	4	3	5	4	3	4	32
17.	4	4	5	2	4	4	5	4	32
18.	5	4	5	4	5	5	4	5	37
19.	4	4	4	4	5	5	5	4	35
20.	5	5	5	5	5	4	4	4	37
21.	4	5	5	3	2	4	5	4	32
22.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
23.	4	4	4	3	2	4	4	5	30
24.	4	5	4	5	1	5	3	4	31
25.	3	2	4	4	2	4	3	4	26
26.	3	3	4	3	3	4	4	3	27
27.	4	5	4	4	4	5	4	5	35
28.	4	4	4	3	3	3	3	3	27
29.	5	4	5	5	4	5	5	5	38

30.	5	4	5	5	5	4	4	5	37
31.	5	5	5	1	3	5	3	5	32
32.	5	4	4	5	3	4	5	4	34
33.	5	5	4	4	5	4	4	4	35
34.	5	4	5	5	4	5	4	5	37
35.	4	4	4	4	3	3	4	4	30
36.	4	5	5	5	4	5	4	4	36
37.	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38.	4	4	5	4	3	4	4	4	32
39.	4	5	5	5	3	5	4	5	36
40.	5	5	5	5	4	5	1	5	35
41.	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42.	4	4	4	4	4	5	4	4	33
43.	4	4	4	4	3	4	3	4	30
44.	5	4	5	5	5	4	4	5	37
45.	3	2	2	2	2	2	2	2	16
46.	5	4	5	4	2	3	4	3	28
47.	4	5	5	4	2	4	4	5	34
48.	5	4	5	1	3	4	4	4	17
49.	3	3	3	1	5	4	3	4	15
50.	4	4	5	4	4	3	3	4	14
51.	5	5	5	5	5	4	4	4	16
52.	5	5	5	5	3	5	5	5	20
53.	4	3	3	4	4	4	4	4	16
54.	5	5	4	4	4	4	4	2	13
55.	5	5	5	1	5	3	4	5	17
56.	5	5	5	5	5	4	4	4	16
57.	3	4	4	1	2	4	3	3	13
58.	5	4	4	2	4	3	3	3	12
59.	4	4	5	4	3	3	3	3	12
60.	4	5	4	4	5	3	3	3	12
61.	3	4	4	5	3	4	4	5	18
62.	4	4	4	4	4	4	3	4	14
63.	5	5	5	5	3	4	4	4	16
64.	4	4	4	3	3	4	4	3	15
65.	4	5	5	5	5	5	4	4	17
66.	5	5	5	5	4	4	4	4	16
67.	5	5	5	5	5	3	3	3	12
68.	4	4	4	4	2	4	4	4	17
69.	3	3	3	2	2	2	2	2	14

70.	4	3	4	3	2	4	4	4	17
71.	3	3	3	4	5	4	4	4	16
72.	4	3	4	5	5	3	4	4	14
73.	5	5	5	5	5	3	3	3	12
74.	4	4	4	3	4	5	5	5	20
75.	5	5	5	5	5	5	4	3	17
76.	5	5	5	5	5	5	5	5	16
77.	4	4	5	4	3	4	4	4	19
78.	4	5	5	5	3	5	4	5	16
79.	5	5	5	5	4	5	1	5	15
80.	3	3	3	3	3	3	3	3	14
81.	4	4	4	4	4	5	4	4	14
82.	4	4	4	4	3	4	3	4	12
83.	5	4	5	5	5	4	4	5	19
84.	3	2	2	2	2	2	2	2	10
85.	5	4	5	4	2	3	4	3	20
86.	4	5	5	4	2	4	4	5	16
87.	5	4	5	1	3	4	4	4	19
88.	3	3	3	1	5	4	3	4	16
89.	4	4	5	4	4	3	3	4	20
90.	5	5	5	5	5	4	4	4	14
91.	5	5	5	5	3	5	5	5	16
92.	4	3	3	4	4	4	4	4	15
93.	5	5	4	4	4	4	4	2	11
94.	5	5	5	1	5	3	4	5	18
95.	5	5	5	5	5	4	4	4	15
96.	3	4	4	1	2	4	3	3	16
97.	5	4	4	2	4	3	3	3	20
98.	4	4	5	4	3	3	3	3	15
99.	4	5	4	4	5	3	3	3	16
100.	3	4	4	5	3	4	4	5	16
101.	4	4	4	4	4	4	3	4	17
102.	5	5	5	5	3	4	4	4	15
103.	4	4	4	3	3	4	4	3	20
104.	4	5	5	5	5	5	4	4	16
105.	5	5	5	5	4	4	4	4	20
106.	5	5	5	5	5	3	3	3	15
107.	4	4	4	4	2	4	4	4	15
108.	3	3	3	2	2	2	2	2	15
109.	4	3	4	3	2	4	4	4	12

110.	3	3	3	4	5	4	4	4	20
111.	4	3	4	5	5	3	4	4	20
112.	5	5	5	5	5	3	3	3	14
113.	4	4	4	3	4	5	5	5	20
114.	5	5	5	5	5	5	4	3	14
115.	5	5	5	1	5	5	5	5	12
116.	5	5	5	5	5	5	5	5	13
117.	3	4	4	1	2	3	4	4	18
118.	5	4	4	2	4	5	4	4	17
119.	4	4	5	4	3	4	4	5	17
120.	4	5	4	4	5	4	5	4	20
121.	3	4	4	5	3	3	4	4	20
122.	4	4	4	4	4	4	4	4	19
123.	5	5	5	5	3	5	5	5	19
124.	4	4	4	3	3	4	4	4	18
125.	4	5	5	5	5	4	5	5	19
126.	5	5	5	5	4	5	5	5	18
127.	5	5	5	5	5	5	5	5	17
128.	4	4	4	4	2	4	4	4	16
129.	3	3	3	2	2	3	3	3	19
130.	4	3	4	3	2	4	3	4	18
131.	3	3	3	4	5	3	3	3	17
132.	4	3	4	5	5	4	3	4	19
133.	5	5	5	5	5	5	5	5	18
134.	4	4	4	3	4	4	4	4	18
135.	5	5	5	5	5	5	5	5	17
136.	4	4	4	2	2	4	4	4	19
137.	3	3	3	4	5	3	3	3	17
138.	4	5	5	5	5	4	5	5	17
139.	4	4	3	4	4	4	4	3	17
140.	4	4	4	4	5	4	4	4	16
141.	5	5	5	1	1	5	5	5	19
142.	5	5	5	3	3	5	5	5	17
143.	5	5	5	5	5	5	5	5	16
144.	5	5	5	3	3	5	5	5	17
145.	5	5	5	5	5	5	5	5	18
146.	5	5	5	5	5	5	5	5	18
147.	4	5	4	5	5	4	5	4	14
148.	4	5	5	5	5	4	5	5	17
149.	5	5	5	5	4	5	5	5	15

150.	4	5	5	5	5	4	5	5	16
151.	5	5	5	5	5	5	5	5	15
152.	4	5	5	4	5	4	5	5	19
153.	5	5	5	5	5	5	5	5	15
154.	5	4	4	5	4	5	4	4	13
155.	5	4	5	4	4	5	4	5	12
156.	5	5	5	5	5	5	5	5	12
157.	5	5	4	4	5	5	5	4	16
158.	5	5	5	5	5	5	5	5	12
159.	5	4	4	4	5	5	4	4	15
160.	4	5	5	4	5	4	5	5	13
161.	4	5	4	5	5	4	5	4	14
162.	5	5	3	5	4	5	5	3	15
163.	5	5	5	5	5	5	5	5	15
164.	4	4	4	4	5	4	4	4	15
165.	4	5	4	4	5	4	5	4	15
166.	5	5	4	3	4	5	5	4	15
167.	4	2	3	1	2	4	2	3	15
168.	5	4	5	1	3	5	4	5	16
169.	3	3	3	1	5	3	3	3	17
170.	4	4	5	4	4	4	4	5	16
171.	5	5	5	5	5	5	5	5	17
172.	5	5	5	5	3	5	5	5	17
173.	4	3	3	4	4	4	3	3	17
174.	5	5	4	4	4	5	5	4	16
175.	5	5	5	1	5	5	5	5	16
176.	5	5	5	5	5	5	5	5	20
177.	3	4	4	1	2	3	4	4	17
178.	5	4	4	2	4	5	4	4	16
179.	4	4	5	4	3	4	4	5	19
180.	4	5	4	4	5	4	5	4	6
181.	3	4	4	5	3	3	4	4	15
182.	4	4	4	4	4	4	4	4	14
183.	5	5	5	5	3	5	5	5	14
184.	4	4	4	3	3	4	4	4	12
185.	4	5	5	5	5	4	5	5	19
186.	5	5	5	5	4	5	5	5	10
187.	5	5	5	5	5	5	5	5	20
188.	4	4	4	4	2	4	4	4	16
189.	3	3	3	2	2	3	3	3	9

190.	4	3	4	3	2	4	3	4	16
191.	3	3	3	4	5	3	3	3	20
192.	4	3	4	5	5	4	3	4	14
193.	5	5	5	5	5	5	5	5	16
194.	4	4	4	3	4	4	4	4	15
195.	5	5	5	5	5	5	5	5	11
196.	4	4	4	2	2	4	4	4	18
197.	3	3	3	4	5	3	3	3	15
198.	4	5	5	5	5	4	5	5	16
199.	4	4	3	4	4	4	4	3	20
200.	4	4	4	4	5	4	4	4	14

Lampiran 4 – Hasil Tabulasi Variabel Kemudahan (X2)

No Responden	X2				Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	
1.	5	5	4	5	19
2.	5	4	4	4	17
3.	5	3	3	5	16
4.	5	4	4	4	17
5.	5	4	4	4	17
6.	4	4	5	4	17
7.	5	3	4	3	15
8.	5	5	5	5	20
9.	5	3	5	5	18
10.	3	5	5	5	18
11.	4	4	3	4	15
12.	3	4	4	3	14
13.	5	4	5	5	19
14.	4	4	4	4	16
15.	4	4	4	4	16
16.	3	5	3	5	16
17.	3	5	3	4	15
18.	4	3	5	5	17
19.	4	4	4	4	16
20.	5	5	5	5	20
21.	5	5	3	5	18
22.	5	5	5	5	20
23.	4	4	3	4	15
24.	3	4	1	2	10

25.	5	4	3	4	16
26.	5	4	4	4	17
27.	4	4	5	4	17
28.	4	4	4	4	16
29.	5	4	5	5	19
30.	5	4	5	4	18
31.	5	5	5	3	18
32.	2	3	4	4	13
33.	4	5	4	4	17
34.	3	4	3	5	14
35.	4	4	4	4	16
36.	4	4	5	5	18
37.	5	5	5	5	20
38.	4	4	5	4	17
39.	5	5	5	5	20
40.	5	5	5	5	20
41.	4	3	4	3	14
42.	4	5	5	4	18
43.	3	3	3	4	13
44.	5	4	5	4	18
45.	2	3	3	2	10
46.	4	3	4	5	16
47.	4	3	4	3	14
48.	4	4	4	4	17
49.	4	3	4	4	15
50.	3	3	4	4	14
51.	4	4	4	4	16
52.	5	5	5	5	20
53.	4	4	4	4	16
54.	4	4	2	3	13
55.	3	4	5	5	17
56.	4	4	4	4	16
57.	4	3	3	3	13
58.	3	3	3	3	12
59.	3	3	3	3	12
60.	3	3	3	3	12
61.	4	4	5	5	18
62.	4	3	4	3	14
63.	4	4	4	4	16
64.	4	4	3	4	15



65.	5	4	4	4	17
66.	4	4	4	4	16
67.	3	3	3	3	12
68.	4	4	4	5	17
69.	2	2	2	5	14
70.	4	4	4	5	17
71.	4	4	4	4	16
72.	3	4	4	3	14
73.	3	3	3	3	12
74.	5	5	5	5	20
75.	5	4	3	5	17
76.	4	3	4	5	16
77.	5	5	4	5	19
78.	3	3	1	1	16
79.	3	3	3	4	15
80.	2	4	4	3	14
81.	3	3	4	4	14
82.	2	4	4	2	12
83.	5	5	2	4	19
84.	3	3	2	2	10
85.	5	5	5	5	20
86.	3	4	5	4	16
87.	2	3	2	2	19
88.	4	4	3	5	16
89.	5	5	5	5	20
90.	4	3	4	3	14
91.	4	4	4	4	16
92.	3	5	3	4	15
93.	2	3	5	1	11
94.	5	3	5	5	18
95.	4	5	3	3	15
96.	3	4	4	5	16
97.	5	5	5	5	20
98.	4	3	3	5	15
99.	4	4	4	4	16
100.	4	4	4	4	16
101.	5	5	4	3	17
102.	3	3	4	5	15
103.	5	5	5	5	20
104.	4	4	3	5	16



105.	5	5	5	5	20
106.	3	4	5	3	15
107.	4	4	3	4	15
108.	4	3	4	4	15
109.	3	3	3	3	12
110.	5	5	5	5	20
111.	5	5	5	5	20
112.	3	3	4	4	14
113.	5	5	5	5	20
114.	3	4	3	4	14
115.	3	3	3	3	12
116.	4	3	3	3	13
117.	4	4	5	5	18
118.	4	4	5	4	17
119.	5	4	5	3	17
120.	5	5	5	5	20
121.	5	5	5	5	20
122.	5	5	4	5	19
123.	5	5	4	5	19
124.	5	5	4	4	18
125.	5	5	5	4	19
126.	5	5	4	4	18
127.	4	4	4	5	17
128.	5	4	3	4	16
129.	5	5	4	5	19
130.	4	5	5	4	18
131.	5	5	3	4	17
132.	5	5	4	5	19
133.	5	5	3	5	18
134.	5	5	3	5	18
135.	4	4	5	4	17
136.	5	5	4	5	19
137.	5	4	4	4	17
138.	5	5	3	4	17
139.	4	4	4	5	17
140.	4	4	4	4	16
141.	5	5	4	5	19
142.	4	4	5	4	17
143.	4	5	3	4	16
144.	5	5	4	3	17



145.	2	2	2	2	18
146.	3	5	5	5	18
147.	4	4	2	4	14
148.	3	5	4	5	17
149.	4	3	4	4	15
150.	4	4	4	4	16
151.	3	4	4	4	15
152.	5	5	5	4	19
153.	4	3	4	4	15
154.	3	3	4	3	13
155.	3	3	3	3	12
156.	3	3	3	3	12
157.	5	4	4	3	16
158.	3	3	3	3	12
159.	4	3	4	4	15
160.	3	3	3	4	13
161.	4	4	3	3	14
162.	4	3	4	4	15
163.	4	3	4	4	15
164.	4	4	3	4	15
165.	4	4	4	3	15
166.	3	4	4	4	15
167.	3	4	4	4	15
168.	4	4	4	4	16
169.	4	5	4	4	17
170.	4	3	5	4	16
171.	4	5	4	4	17
172.	5	4	4	4	17
173.	5	4	4	4	17
174.	4	4	4	4	16
175.	5	4	3	4	16
176.	5	5	5	5	20
177.	5	4	3	5	17
178.	4	3	4	5	16
179.	5	5	4	5	19
180.	1	3	1	1	6
181.	5	3	3	4	15
182.	3	4	4	3	14
183.	3	3	4	4	14
184.	2	4	4	2	12

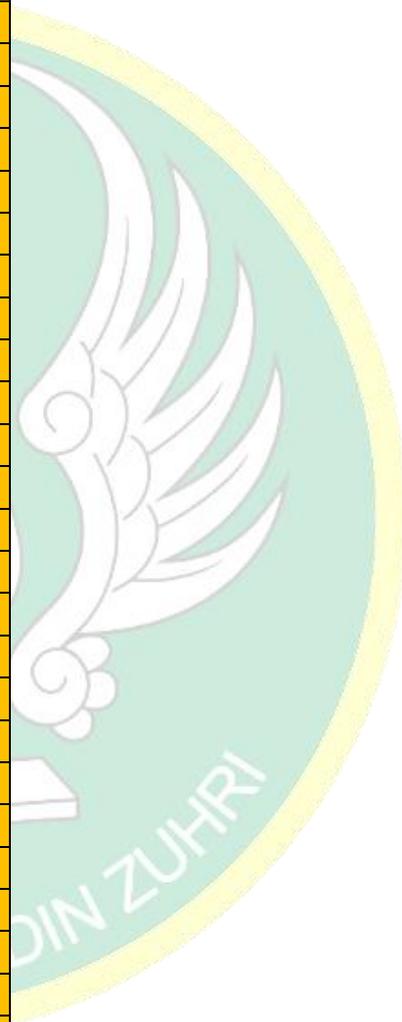


185.	5	5	5	4	19
186.	3	3	2	2	10
187.	5	5	5	5	20
188.	3	4	5	4	16
189.	2	3	2	2	9
190.	4	4	3	5	16
191.	5	5	5	5	20
192.	4	3	4	3	14
193.	4	4	4	4	16
194.	3	5	3	4	15
195.	2	3	5	1	11
196.	5	3	5	5	18
197.	4	5	3	3	15
198.	3	4	4	5	16
199.	5	5	5	5	20
200.	4	3	4	5	14

Lampiran 5 – Hasil Tabulasi Variabel Efektivitas Sistem Layanan *Mobile Banking* (Y)

No Responden	Y					Total
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	
1.	5	5	4	4	5	23
2.	4	4	4	5	5	22
3.	5	4	5	5	3	22
4.	4	4	5	5	4	22
5.	5	5	5	5	5	25
6.	4	5	5	3	3	20
7.	5	4	3	4	4	20
8.	5	5	5	3	3	21
9.	5	4	4	4	4	21
10.	5	3	3	4	5	20
11.	5	4	4	4	4	21
12.	4	4	4	5	3	20
13.	5	5	5	5	5	25
14.	5	5	5	5	5	25
15.	4	4	5	4	4	21
16.	5	3	3	4	4	19
17.	5	5	3	4	5	22
18.	5	4	4	5	5	23

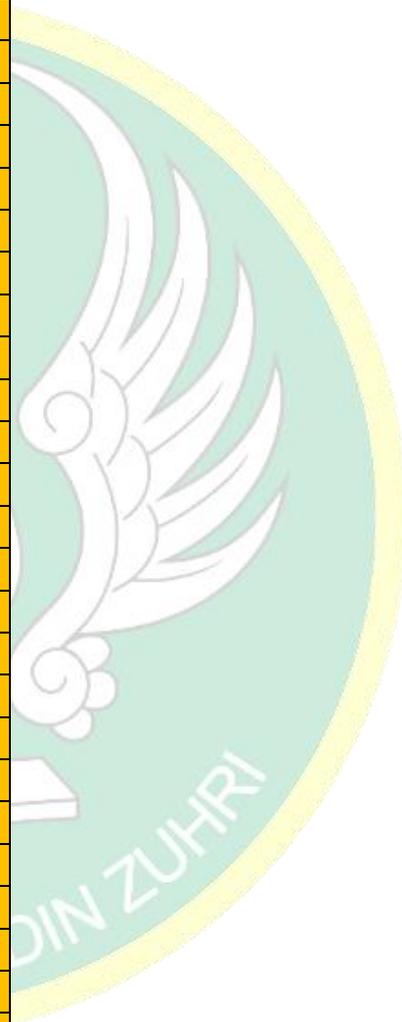
19.	5	5	5	4	4	23
20.	5	4	5	5	5	24
21.	4	5	5	1	1	16
22.	5	5	5	5	5	25
23.	5	4	4	3	2	18
24.	4	4	4	2	2	16
25.	4	3	3	1	4	51
26.	3	4	4	4	4	19
27.	4	5	5	3	3	20
28.	4	4	4	1	2	15
29.	5	5	5	1	1	17
30.	3	4	5	3	4	19
31.	5	4	5	5	3	22
32.	3	4	4	2	3	16
33.	5	4	3	4	3	19
34.	5	5	5	5	5	25
35.	3	4	5	5	4	21
36.	4	4	5	4	5	22
37.	5	5	5	5	5	25
38.	3	4	4	2	2	15
39.	5	4	5	5	4	23
40.	3	2	2	4	1	12
41.	4	5	5	5	3	22
42.	4	3	4	4	4	19
43.	4	3	5	4	4	20
44.	4	4	4	5	4	21
45.	3	5	4	2	2	16
46.	3	3	4	3	3	16
47.	5	5	5	2	2	19
48.	5	4	5	1	3	18
49.	3	3	3	1	5	14
50.	4	4	5	4	4	21
51.	5	5	5	5	5	25
52.	5	5	5	5	3	23
53.	4	3	3	4	4	18
54.	5	5	4	4	4	22
55.	5	5	5	1	5	21
56.	5	5	5	5	5	25
57.	3	4	4	1	2	14
58.	5	4	4	2	4	19



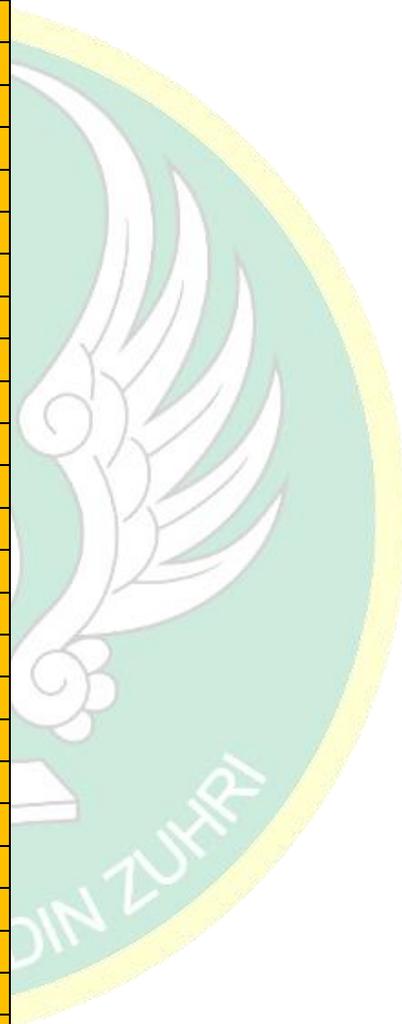
59.	4	4	5	4	3	20
60.	4	5	4	4	5	22
61.	3	4	4	5	3	18
62.	4	4	4	4	4	20
63.	5	5	5	5	3	23
64.	4	4	4	3	3	17
65.	4	5	5	5	5	24
66.	5	5	5	5	4	24
67.	5	5	5	5	5	25
68.	4	4	4	4	2	18
69.	3	3	3	2	2	13
70.	4	3	4	3	2	16
71.	3	3	3	4	5	18
72.	4	3	4	5	5	21
73.	5	5	5	5	5	25
74.	4	4	4	3	4	19
75.	5	5	5	5	5	25
76.	4	4	4	2	2	16
77.	3	3	3	4	5	18
78.	4	5	5	5	5	24
79.	4	4	3	4	4	19
80.	4	4	4	4	5	21
81.	5	5	5	1	1	17
82.	5	5	5	3	3	21
83.	5	5	5	5	5	25
84.	5	5	5	3	3	21
85.	5	5	5	5	5	25
86.	5	5	5	5	5	25
87.	4	5	4	5	5	23
88.	4	5	5	5	5	24
89.	5	5	5	5	4	24
90.	4	5	5	5	5	24
91.	5	5	5	5	5	25
92.	4	5	5	4	5	23
93.	5	5	5	5	5	25
94.	5	4	4	5	4	22
95.	5	4	5	4	4	22
96.	5	5	5	5	5	25
97.	5	5	4	4	5	23
98.	5	5	5	5	5	25



99.	5	4	4	4	5	22
100.	4	5	5	4	5	23
101.	4	5	4	5	5	23
102.	5	5	3	5	4	22
103.	5	5	5	5	5	25
104.	4	4	4	4	5	21
105.	4	5	4	4	5	22
106.	5	5	4	3	4	21
107.	4	2	3	1	2	12
108.	5	5	5	5	3	23
109.	4	3	4	1	5	17
110.	4	3	3	4	3	17
111.	4	3	4	4	4	19
112.	2	2	2	1	4	11
113.	3	4	4	2	4	17
114.	5	5	4	5	5	24
115.	4	4	4	3	3	18
116.	5	4	4	3	5	21
117.	3	3	3	3	3	15
118.	4	3	3	3	3	16
119.	4	4	4	3	4	19
120.	4	5	4	4	4	21
121.	5	5	5	3	2	20
122.	5	5	5	5	3	23
123.	4	2	3	2	2	13
124.	4	4	4	4	4	20
125.	4	4	4	4	3	19
126.	3	3	4	4	3	17
127.	5	4	4	4	4	22
128.	3	5	3	3	4	19
129.	4	3	3	4	5	19
130.	4	5	5	5	3	22
131.	4	3	4	4	3	18
132.	5	5	4	5	3	22
133.	4	4	5	4	3	20
134.	5	4	4	4	3	20
135.	5	5	4	5	3	22
136.	5	5	4	4	3	21
137.	4	5	4	4	3	20
138.	5	5	5	5	5	25



139.	5	5	5	4	4	23
140.	4	3	5	4	5	21
141.	5	4	5	5	4	23
142.	3	2	2	4	1	12
143.	4	5	5	5	3	22
144.	4	3	4	4	4	19
145.	4	3	5	4	4	20
146.	4	4	4	5	4	21
147.	3	5	4	2	2	16
148.	3	3	4	3	3	16
149.	5	5	5	2	2	19
150.	5	4	5	1	3	18
151.	3	3	2	1	5	14
152.	4	4	5	4	4	21
153.	5	5	5	5	5	25
154.	5	5	5	5	3	23
155.	4	3	3	4	4	18
156.	5	5	4	4	4	22
157.	5	5	5	1	5	21
158.	5	5	5	5	5	25
159.	3	4	4	1	2	14
160.	5	4	4	2	4	19
161.	4	4	5	4	3	20
162.	5	5	5	5	3	23
163.	3	5	4	4	5	23
164.	4	4	4	5	5	22
165.	2	4	5	5	3	22
166.	3	4	5	5	4	22
167.	4	5	5	5	5	25
168.	5	5	5	3	3	20
169.	6	4	3	4	4	20
170.	2	5	5	3	3	21
171.	6	4	4	4	4	21
172.	5	3	3	4	5	20
173.	4	4	4	4	4	21
174.	3	4	4	5	3	20
175.	2	5	5	5	5	25
176.	3	5	5	5	5	25
177.	4	4	5	4	4	21
178.	5	3	3	4	4	19



Q3X1	Pearson Correlation	.627*	.599*	1	.427*	.171	.812*	.178	.407*	.743*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.235	.000	.217	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q4X1	Pearson Correlation	.452*	.452*	.427*	1	.166	.410*	.215	.279*	.611*
	Sig. (2-tailed)	.001	.022	.002		.249	.003	.134	.049	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q5X1	Pearson Correlation	.236	.242	.171	.166	1	.100	.478*	.158	.525*
	Sig. (2-tailed)	.099	.091	.235	.249		.491	.000	.273	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q6X1	Pearson Correlation	.557*	.715*	.812*	.410*	.100	1	.234	.660*	.782*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.491		.101	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q7X1	Pearson Correlation	.229	.300*	.178	.215	.478*	.234	1	.382*	.584*
	Sig. (2-tailed)	.110	.034	.217	.134	.000	.101		.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q8X1	Pearson Correlation	.451*	.565*	.407*	.279*	.158	.660*	.382*	1	.687*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.049	.273	.000	.006		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total_X1	Pearson Correlation	.758*	.785*	.743*	.611*	.525*	.782*	.584*	.687*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Q1X2	Q2X2	Q3X2	Q4X2	Total_X2
Q1X2	Pearson Correlation	1	.614**	.454**	.671**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Q2X2	Pearson Correlation	.614**	1	.416**	.368**	.727**

Q3X2	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.008	.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.454**	.416**	1	.485**	.742**
Q4X2	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.671**	.368**	.485**	1	.823**
Total_X2	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
	Pearson Correlation	.870**	.727**	.742**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Q1Y	Q2Y	Q3Y	Q4Y	Q5Y	Total_Y
Q1Y	Pearson Correlation	1	.537**	.601**	.332**	.360**	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.018	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q2Y	Pearson Correlation	.537**	1	.702**	.256	.257	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.073	.071	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q3Y	Pearson Correlation	.601**	.702**	1	.314**	.282**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.026	.047	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q4Y	Pearson Correlation	.332**	.256**	.314**	1	.454**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.018	.073	.026		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q5Y	Pearson Correlation	.360**	.257	.282*	.454**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.010	.071	.047	.001		.000
	N	50	50	50	50	50	50

Total_Y	Pearson Correlation	.731**	.706**	.751*	.717**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

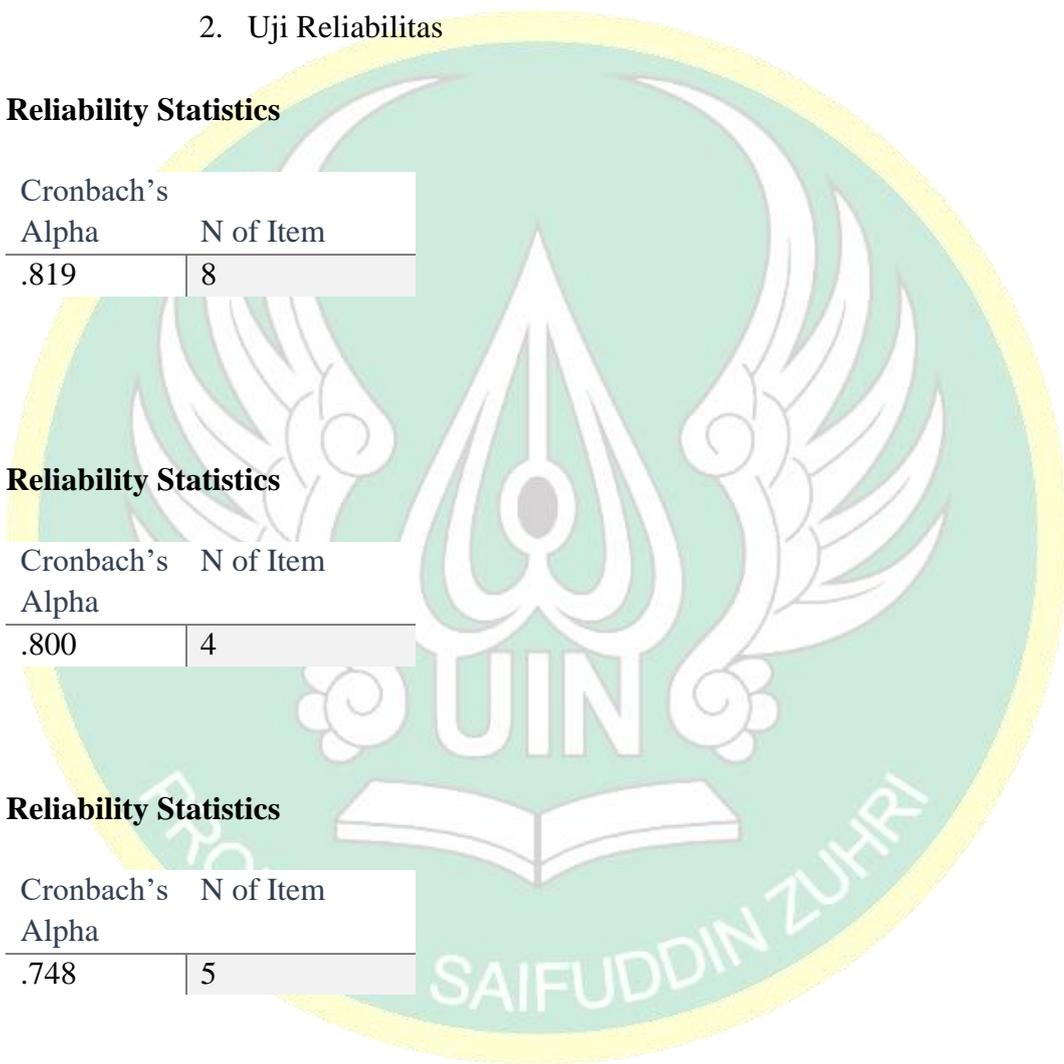
Cronbach's Alpha	N of Item
.819	8

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
.800	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
.748	5



3. Statistik Deskriptif Responden

Prodi/ jurusan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ekonomi Syariah	89	52.0	52.0	52.0
	Perbankan Syariah	74	35.5	35.5	31.5
	Manajemen Zakat dan Wakaf	37	12.5	12.5	16.5
	Total	200	100.0	100.0	100.0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percen	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	102	38.5	38.5	38.5
	Perempuan	98	61.5	61.5	100.0
	Total	200	100.0	100.00	

Lama Menggunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 bulan	12	6.5	6.5	11.5
	3-6 bulan	30	8.5	8.5	15.0
	6-12 bulan	57	29.0	29.0	44.0
	>1 tahun	101	56.0	56.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Statistics

		Total_X1	Total_X2	Total_Y
N	Valid	200	200	200
	Missing	0	0	0
Mean		1.9800	1.98650	1.9900
Median		2.0000	2.0000	2.0000
Std. Deviation		.64161	.57918	.70881
Minimum		1.00	1.00	1.00
Maximum		3.00	3.00	3.00

Total_X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	43	21.5	21.5	21.5
	Sedang	118	59.0	59.0	85.0
	Rendah	39	19.5	19.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Total_X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	37	18.5	18.5	18.5
	Sedang	133	66.5	66.5	85.0
	Rendah	30	15.0	15.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Total_Y

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	51	25.5	25.5	25.5
	Sedang	100	50.0	50.0	75.5
	Rendah	49	24.5	24.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

4. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		200	
Normal <i>Parameters^{ab}</i>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.47634783	
Most Extreme Differences	Absolute	.081	
	Positive	.053	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.081	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.137 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.128
		Upper Bound	.146

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data
- c. Liliefors Significance Correctation.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

5. Multikolinearitas

Coefficients^a

Standardized

		Unstandardized Coefficients		Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.040	1.418		.733	.464		
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584	1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584	1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

6. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Standardized

		Unstandardized Coefficients		Coefficients		Collinearity Statistics		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.065	.888		1.203	.203		
	Total_X1	.413	.034	.035	.376	.707	.584	1.713
	Total_X2	.027	.052	.048	.515	.607	.584	1.713

a. Dependent Variable: Abs_RES

7. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Standardized

		Unstandardized Coefficients		Coefficients		Collinearity Statistics		
Mode		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.404	1.418		.733	.464		
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584	1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584	1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

8. Uji t

Coefficients^a

Standardized

		Unstandardized Coefficients		Coefficients		Collinearity Statistics		
Mode		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.404	1.418		.733	.464		
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584	1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584	1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

9. Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1161.653	2	580.826	93.764	.000 ^b
	Residual	1220.327	197	6.195		
	Total	2381.980	199			

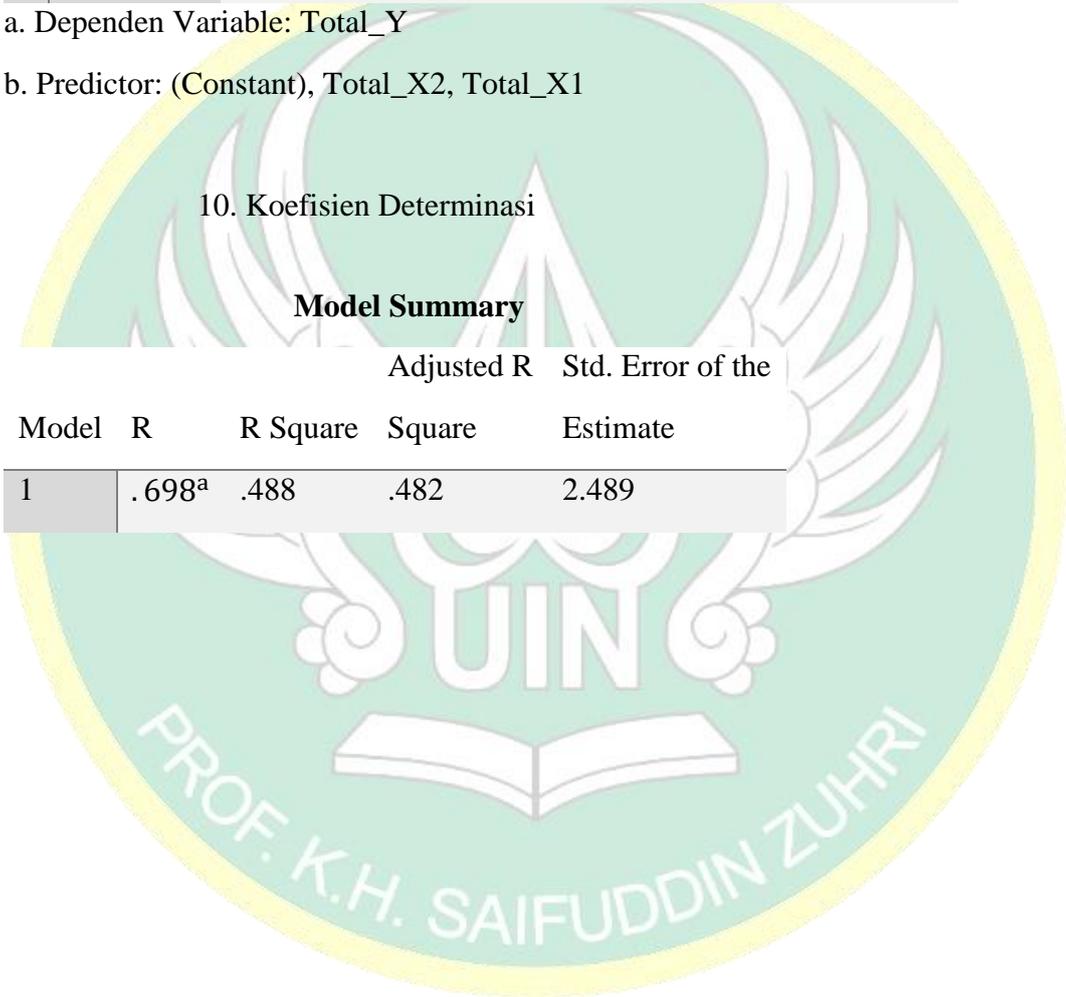
a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictor: (Constant), Total_X2, Total_X1

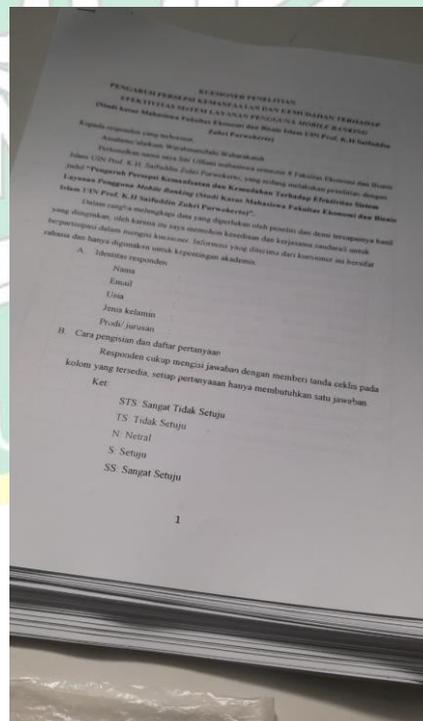
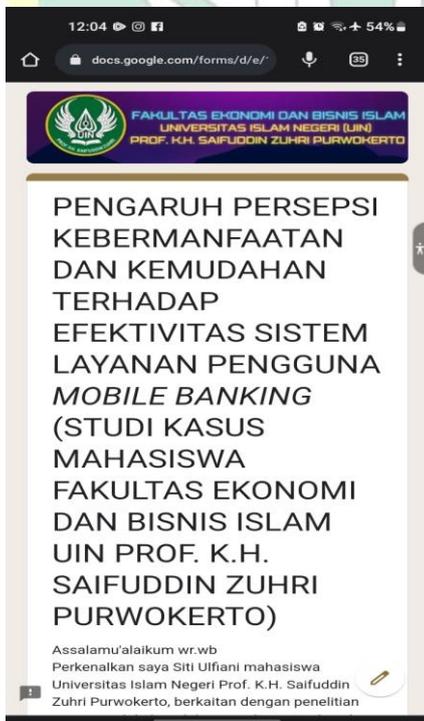
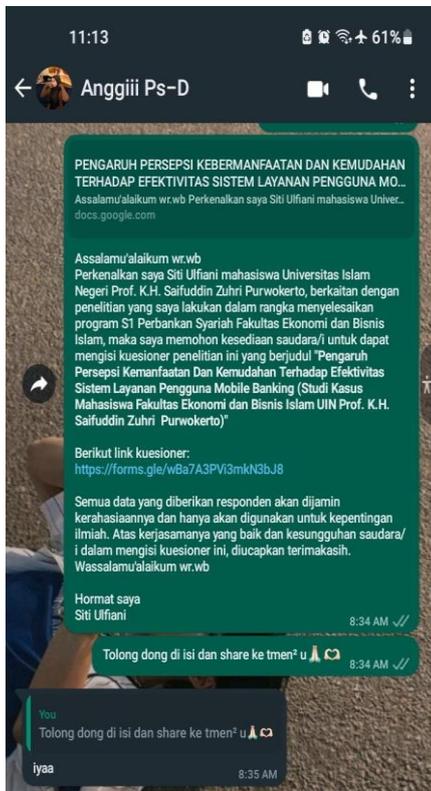
10. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.482	2.489



LAMPIRAN 4 – Distribusi Kuesioner



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Siti Ulfiani
2. NIM : 1917202168
3. Tempat/Tanggal Lahir : Ciamis, 15 Juni 2001
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Islam
6. Nama Ayah : Parikun Yazid
7. Nama Ibu : Nining Malihatun
8. Alamat Rumah : Sindangsari RT01/RW04 Kec. Mangunjaya
9. Jurusan/Fakultas : Ekonomi dan Keuangan Syariah/ FEBI
10. No. Handphone : 087809918185
11. E-Mail : sitiulfiani15@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SD/MI, Tahun Lulus : MI Sukamaju (2012)
 - b. SMP/MTs, Tahun Lulus : SMP Dampasan (2016)
 - c. SMA/MA, Tahun Lulus : MA Al-Azhar Citangkolo (2019)
 - d. S.1, Tahun Masuk : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (2019)
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Pondok Pesantren Miftahul Anwar Dampasan
 - b. Pondok Pesantren Miftahul Huda Al-Azhar Citangkolo Kota Banjar
 - c. Pondok Pesantren Al-Hidayah Karangsucu

Purwokerto,
08 Juni 2023



Siti Ulfiani
1917202168