

**PENGARUH *FACILITATING CONDITIONS, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN CYBER CRIME* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PURWOKERTO UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING (BSI MOBILE)***



**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:**

**IKHTIAR NURUL IMAM SUBHEKTI**

**NIM. 1917202193**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ikhtiar Nurul Imam Subhekti  
NIM : 1917202193  
Jenjang : S.1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh *Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth (E-WOM), dan Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking (BSI Mobile)*

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

Purwokerto, 5 Juli 2023

Saya yang menyatakan,



Ikhtiar Nurul Imam Subhekti

NIM. 1917202193



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 *FACILITATING CONDITIONS, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), DAN CYBER CRIME* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PURWOKERTO UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING (BSI MOBILE)***

Yang disusun oleh Saudara **Ikhtiar Nurul Imam Subhekti NIM. 1917202193** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **18 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si.  
NIP. 19691009 200312 1 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP  
NIDN. 2010038303

Pembimbing/Penguji

Sulasih, S.E., M.Si.  
NIDN. 0619018002

Purwokerto, 26 Juli 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jarnal Abdul Aziz, M.Ag.**

NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ikhtiar Nurul Imam Subhekti NIM 1917202193 yang berjudul:

***Pengaruh *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, dan *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking (BSI Mobile)****

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 3 Juli 2023

Pembimbing,



Sulasih, S.E., M.Si.

NIDN. 0619018002

## **MOTO**

“Kita tidak tahu bagaimana hari esok, yang bisa kita lakukan adalah berbuat  
sebaik-baiknya dan berbahagia hari ini”

(Samuel Taylor Coleridge)



**PENGARUH *FACILITATING CONDITIONS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN *CYBER CRIME* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PURWOKERTO UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (BSI MOBILE)**

**IKHTIAR NURUL IMAM SUBHEKTI**

**NIM. 1917202193**

E-mail: [ikhtiarimams@gmail.com](mailto:ikhtiarimams@gmail.com)

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

**ABSTRAK**

Transformasi digital pada perbankan telah mengakibatkan terjadinya pergeseran konsep dari *traditional bank* menjadi *future bank*, yakni beralihnya transaksi perbankan dengan menggunakan perangkat teknologi perbankan yang terkin. Seperti dalam bentuk layanan keuangan digital berupa *mobile banking*. Akan tetapi, dengan adanya perkembangan dan inovasi layanan keuangan digital tersebut kesadaran masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* masih rendah. Pada penelitian ini terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* yaitu *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime*. Penerimaan teknologi tersebut dapat digambarkan melalui model dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan dihitung menggunakan rumus *lemeshow* sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Kemudian teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner. Sementara itu, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan 3 variabel independen dan 1 variabel dependen. Namun sebelum melakukan analisis regresi linear berganda maka terlebih dahulu melakukan uji instrumen data dan uji asumsi klasik.

Berdasarkan pada hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *Facilitating conditions* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan BSI Mobile; 2) *Electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan BSI Mobile; 3) *Cyber crime* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan BSI Mobile. Kemudian secara simultan, variabel *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

**Kata Kunci:** *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth*, *Cyber Crime*, *Minat*, *Mobile Banking*

**THE INFLUENCE OF FACILITATING CONDITIONS, ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH (E-WOM), AND CYBER CRIME ON  
PURWOKERTO COMMUNITIES INTEREST IN USING  
MOBILE BANKING SERVICES (BSI MOBILE)**

**IKHTIAR NURUL IMAM SUBHEKTI**

**NIM. 1917202193**

E-mail: [ikhtiarimams@gmail.com](mailto:ikhtiarimams@gmail.com)

*Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business  
State Islamic University of Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*

**ABSTRACT**

*Digital transformation in banking has resulted in a shift in the concept from traditional banks to future banks, namely the shift in banking transactions using the latest banking technological tools. As in the form of digital financial services in the form of mobile banking. However, with the existence of digital financial service innovations, the awareness of the people of Purwokerto to use mobile banking services is still low. In this study, there are several factors that can influence people's interest in using mobile banking services, namely facilitating conditions, electronic word of mouth, and cyber crime. Acceptance of this technology can be described through the model of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. The purpose of this study was to determine the effect of facilitating conditions, electronic word of mouth, and cyber crime on the interest of the people of Purwokerto to use mobile banking services (BSI Mobile).*

*The type of research used is quantitative research with a sampling technique using accidental sampling and calculated using the Lemeshow formula so that a total sample of 100 respondents is obtained. Then the data collection techniques carried out in this study by distributing questionnaires. Meanwhile, the data analysis technique used in this study used multiple linear regression analysis with 3 independent variables and 1 dependent variable. However, before carrying out multiple regression analysis, it is necessary to test the instrument data and test the classical assumptions first.*

*Based on the research results, it shows that: 1) Facilitating conditions affect the interest of the Purwokerto people to use BSI Mobile; 2) Electronic word of mouth influences the interest of the Purwokerto community to use BSI Mobile services; 3) Cyber crime affects the interest of the people of Purwokerto to use BSI Mobile services. Then simultaneously the variables facilitating conditions, electronic word of mouth, and cyber crime have a significant effect on the interest of the people of Purwokerto to use mobile banking services (BSI Mobile).*

**Keywords: Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth, Cyber Crime, Interest, Mobile Banking**

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

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

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba'	b	be
ت	ta'	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	jim	j	je
ح	ħ	<u>h</u>	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha'	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra'	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	<u>s</u>	es (dengan garis dibawah)
ض	d'ad	<u>d</u>	de (dengan garis dibawah)
ط	ta	<u>t</u>	te (dengan garis dibawah)
ظ	ža	<u>z</u>	zet (dengan garis dibawah)
ع	'ain	'	koma terbalik diatas
غ	gain	g	ge
ف	fa'	f	ef
ق	qaf	q	qi
ك	kaf	k	ka
ل	lam	l	'el



Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
م	mim	m	'em
ن	nun	n	'en
و	waw	w	w
ه	ha'	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya'	y	ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

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

## 3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حِكْمَةٌ	Ditulis	Hikmah	جِزْيَةٌ	ditulis	Jizyah
----------	---------	--------	----------	---------	--------

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

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

كِرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	ditulis	Karâmah al-auliyâ'
--------------------------	---------	--------------------

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

زَكَاةُ الْفِطْرِ	ditulis	Zakât al-fitr
-------------------	---------	---------------

## 4. Vokal pendek

َ	Fathah	ditulis	a
ِ	Kasrah	ditulis	i
ُ	Dammah	ditulis	u

## 5. Vokal Panjang

1	Fathah + alif	ditulis	a
	جَاهِلِيَّةٌ	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 rangkap

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 apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

### 8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

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

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

### 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	ditulis	Zawi al-furûd
------------	---------	---------------

## KATA PENGANTAR

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saat ini kita masih diberikan ketetapan iman dan Islam. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan pada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafaatnya di yaumul akhir nanti. Dengan segala nikmat yang telah Allah SWT berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth, dan Cyber Crime Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI Mobile)*”**.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi maupun penyajiannya. Namun demikian, skripsi ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta manfaat khususnya bagi penulis dan pembaca.

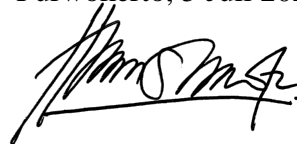
Pada kesempatan ini, dengan selesainya skripsi ini tidak lepas dari berbagai bantuan dan dukungan baik moril maupun materi. Oleh karenanya, dengan rasa ketulusan dan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terimakasih, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. K.H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Bapak Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), yang telah banyak memberikan kemudahan penyelesaian berbagai administrasi untuk kelancaran pelaksanaan penelitian.
3. Ibu Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak., selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah.
4. Seluruh dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan ekonomi, wawasan, kepedulian, komitmen, dan ketulusannya.

5. Ibu Sulasih, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu di sela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, arahan, pikiran, dan pandangannya serta turut membantu pelaksanaan pengambilan data penelitian ini terhimpun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibunda tercinta yakni Ibu Rubiah, S.Pd., selaku orang tua penulis yang tiada henti mencurahkan kasih sayang, memberikan dorongan doa, semangat dan bantuan moril maupun material sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya.
7. Kakak tercinta Nova Annuristian, Rifqi Dhamar Pamuji, Vera Ayu Dwi Saputri, dan Hana Rosiana yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
8. Ananda Meilinia Puspitasari, Nanda Tri Aprilia, dan Siti Nur Laeli yang telah menemani saya selama perkuliahan selama 4 tahun dan sekaligus sebagai sahabat perjuangan di semester akhir yang penuh dengan lika-liku.
9. Sahabat SMA Anaya, Rizal, Safira, dan Rofikoh yang dahulu sering main bersama tetapi sekarang sudah mempunyai kesibukan masing-masing.
10. Agista Okta Septiara yang telah banyak membantu saya dimulai dari awal perkuliahan hingga menginjak semester akhir.
11. Seluruh teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah D Angkatan 2019 yang telah mengarungi perkuliahan bersama.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah berjasa memberikan bantuan serta bimbingan yang diberikan semua pihak kepada penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam pembuatan skripsi ini yang harus dibenahi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan masukan kritik dan saran yang bersifat membangun guna sempurnanya skripsi ini di masa mendatang. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat dimanfaatkan oleh siapa saja bagi yang membutuhkan.

Purwokerto, 5 Juli 2023

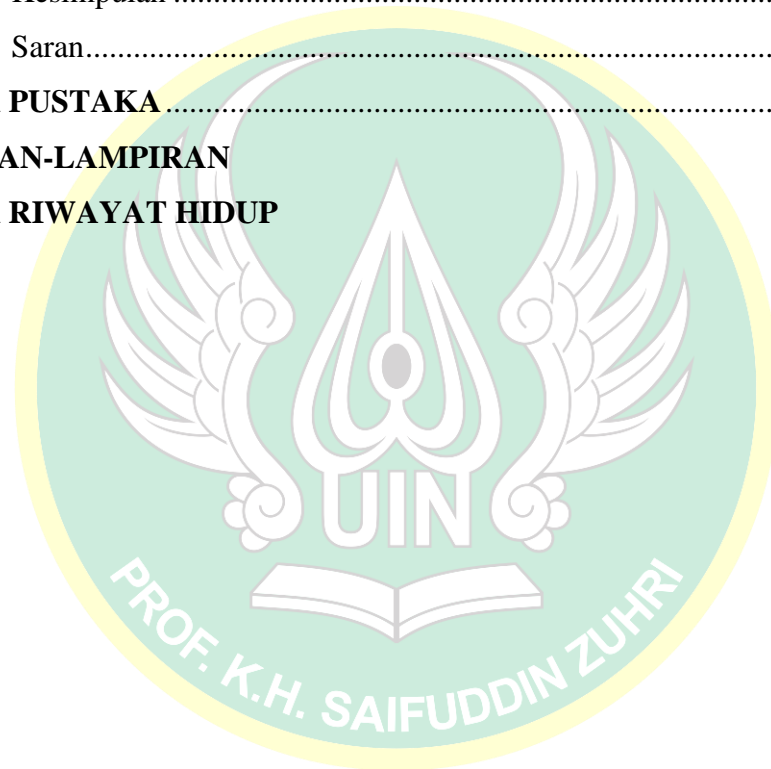


Ikhtiar Nurul Imam Subhekti

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN PENULISAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	16
C. Tujuan dan Kegunaan .....	16
D. Sistematika Pembahasan .....	17
<b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>	<b>19</b>
A. Kajian Pustaka.....	19
B. Kajian Teori .....	24
C. Landasan Teologis .....	41
D. Kerangka Pemikiran.....	43
E. Rumusan Hipotesis .....	44
<b>BAB III : METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
A. Jenis Penelitian.....	48
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	48
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	48
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	49
E. Pengumpulan Data Penelitian .....	58

F. Sumber Data.....	59
G. Analisis Data Penelitian .....	60
<b>BAB IV : PEMBAHASAN</b> .....	67
A. Gambaran Umum Penelitian .....	67
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	72
C. Hasil Penelitian .....	77
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
<b>BAB V : PENUTUP</b> .....	108
A. Kesimpulan .....	108
B. Saran.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	110
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Negara Pengguna Internet Terbanyak.....	2
Tabel 1.2 Daftar Mobile Banking Syariah Menurut Rating.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	21
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran.....	50
Tabel 3.2 Skala Likert .....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	73
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	74
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	75
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah .....	76
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistika Deskriptif .....	78
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Facilitating Conditions .....	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth .....	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Cyber Crime .....	81
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat .....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas .....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	86
Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	87
Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
Tabel 4.17 Hasil Uji t .....	89
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	91

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bentuk Kejahatan Penipuan Online .....	14
Gambar 1.2 Bentuk Kejahatan Penipuan Online .....	14
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	44





## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Kuesioner Obeservasi Pendahuluan
- Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Obeservasi Pendahuluan
- Lampiran 3. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4. Jawaban Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5. Hasil Output SPSS
- Lampiran 6. Hasil Observasi di Google Play Store
- Lampiran 7. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perubahan teknologi yang terjadi di era *society* 5.0 telah memunculkan inovasi baru khususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Setidaknya terdapat 5 (lima) inovasi yang terjadi pada era ini diantaranya yaitu *Artificial Intelligence* (AI), *Virtual Presence*, *Cloud Computing*, *Machine Learning*, dan Big Data. Inovasi tersebut memberikan dampak pada lingkungan bisnis menjadi lebih cepat berubah atau *volatility*, penuh ketidak pastian (*uncertainty*), rumit (*complexity*), dan keraguan (*ambiguity*) yang kemudian disingkat dengan VUCA (Danuri, 2019). Teknologi tidak hanya mengubah perilaku dan gaya hidup masyarakat, tetapi juga mempengaruhi cara pandang dan cara berpikir dalam merespon segala perubahan dan perkembangan teknologi informasi. Teknologi yang terus mengalami penyempurnaan semakin menghadirkan kelebihan yang ditawarkan dan memberi kemudahan pada setiap aktivitas manusia.

Kemudahan dalam mengakses teknologi telah dirasakan langsung oleh pelaku usaha untuk kepentingan komersial guna menunjang kegiatan perusahaannya agar berjalan lebih efektif dan efisien (Sulasih et al., 2022). Maka dari itu, digitalisasi dengan mengubah manual menjadi elektronik sangat diperlukan. Pada dasarnya tuntutan digitalisasi sudah terjadi di hampir seluruh sektor kehidupan manusia. Yakni dimulai dari sektor ekonomi, pertanian, pemerintahan, pariwisata, pendidikan, dan lain-lain. Salah satu sektor yang berpotensi besar dalam menyerap arus digitalisasi yakni sektor perekonomian khususnya pada industri perbankan. Digitalisasi dipandang sebagai jalan untuk menuju transformasi digital yakni diarahkan untuk tidak sebatas berubah namun diharapkan dapat menciptakan nilai dan menjadi sumber *revenue* yang baru (Kurniawan et al., 2022).

Transformasi digital pada perbankan telah mengakibatkan terjadinya pergeseran konsep dari *traditional bank* menjadi *future bank*, yakni beralihnya transaksi perbankan yang semula mengandalkan pada sumber daya manusia

berubah menjadi saluran digital seperti penggunaan perangkat teknologi perbankan yang terkini (*mobile application* dan *internet*) (OJK, 2021). Industri perbankan hingga saat ini semakin gencar menciptakan inovasi yang menggabungkan teknologi informasi dengan finansial. Apalagi sejak adanya pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020, perbankan telah dituntut untuk melakukan pergeseran pola transaksi ekonomi pada masyarakat yakni dari transaksi *offline* menjadi transaksi *online*. Hal ini dikarenakan pandemi telah menyebabkan adanya pembatasan aktivitas sosial yang mengakibatkan kegiatan manusia menjadi terbatas termasuk pada kegiatan ekonomi.

Sehingga perusahaan harus cepat beradaptasi dengan teknologi agar tetap dapat melayani konsumen dengan baik. Salah satunya yakni dengan menyediakan layanan transaksi keuangan secara digital dan diharapkan masyarakat mampu menyesuaikan dan membiasakan untuk melakukan transaksi keuangan secara digital. Transformasi digital perbankan juga didukung dengan adanya potensi demografis, potensi penetrasi penggunaan internet, dan potensi penggunaan aplikasi mobile (*mobile apps*) (OJK, 2021).

**Tabel 1.1 Daftar Negara dengan Jumlah Pengguna Internet Terbanyak di Kawasan Asia (30 Juni 2021)**

No	Nama Negara	Internet Users	Users Asia (%)
1.	China	989,080,566	35,7%
2.	India	755,820,000	27,3%
3.	Indonesia	212,354,070	7,7%
4.	Jepang	118,626,672	4,3%

Sumber: Internet World Stats (2022)

Jika dilihat dari potensi penetrasi penggunaan internet, negara Indonesia mempunyai peluang untuk melakukan percepatan transformasi digital. Seperti yang dikutip dari *We Are Social and Hotsuite* (2021) menyebutkan bahwa, penetrasi pengguna internet di Indonesia telah mengalami peningkatan sekitar 15,5% yang terhitung sejak bulan Januari 2020 hingga Januari 2021. Atau telah mencapai 202,6 juta jiwa (OJK, 2021). Bahkan pada bulan Juni 2021, negara Indonesia menempati urutan ke-3 di Asia dengan jumlah pengguna internet

terbesar yaitu mencapai 212,35 juta jiwa atau sekitar 7,7% dari total pengguna internet di Asia. Sementara itu, negara China menempati posisi pertama sebagai negara pengguna internet terbesar di Kawasan Asia yakni sebanyak 989,08 juta jiwa atau sekitar 35,7% kemudian diikuti oleh negara India yang berjumlah 755,82 juta jiwa atau 27,3%. Hal tersebut dapat ditunjukkan pada Tabel 1.1 mengenai daftar negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Asia.

Dengan adanya peningkatan penetrasi penggunaan internet di Indonesia menjadi pertanda baik dalam rangka mendukung digitalisasi pada perbankan. Selain itu, dengan didukung penggunaan gawai seperti *smartphone* dan perangkat komputer lainnya yang semakin meningkat maka akan memungkinkan terjadinya peningkatan dalam mengakses aplikasi daring di lingkungan masyarakat. Salah satunya adalah *banking apps*, yakni penyediaan layanan keuangan digital pada perbankan dalam bentuk aplikasi dengan tujuan untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi keuangan secara lebih efisien dan efektif. Bahkan pada saat ini telah banyak sistem *banking apps* yang semakin beragam bentuknya seperti halnya *sms banking*, *mobile banking*, dan *internet banking*. Meskipun demikian, tingkat animo masyarakat Indonesia dalam penggunaan layanan *mobile banking* masih terbilang cukup rendah.

Rendahnya minat dan ketertarikan masyarakat Indonesia untuk menggunakan *mobile banking* dapat ditunjukkan pada hasil laporan *Status Literasi Digital di Indonesia (2021)* menunjukkan bahwa, pengguna *mobile banking* di Indonesia baru mencapai 13,3% dimana survei tersebut telah dilakukan kepada 10.000 responden dari 34 provinsi di Indonesia. Namun begitu, untuk layanan perbankan berupa ATM telah banyak digunakan yakni sebesar 73,5% (Ameliah et al., 2021). Akan tetapi, tidak sebanding dengan penggunaan layanan keuangan digital lainnya, seperti *mobile banking* yang masih berada direntang 13,3%. Fenomena dan gejala yang ditandai dengan rendahnya presentase penggunaan *mobile banking* dapat menimbulkan kekhawatiran sejalan dengan diberlakukannya *cashless society* di Indonesia. Salah satu faktor penyebab belum optimalnya dalam penggunaan *mobile banking* di Indonesia, yakni dapat disebabkan oleh adanya sumber daya yang

kurang mendukung. Seperti kurangnya pengetahuan mengenai perkembangan teknologi atau kurangnya fasilitas yang didapatkan oleh masyarakat untuk menggunakan teknologi informasi. Oleh karena itu, fasilitas yang semakin lengkap sangat diperlukan dalam mendukung penggunaan teknologi.

Seperti halnya pada PT Bank Syariah Indonesia (BSI) yang telah menyediakan *e-channel* berupa *mobile banking* dan *internet banking*. *E-channel* adalah penyediaan layanan perbankan yang memanfaatkan media elektronik. Adapun layanan digital yang menjadi andalan Bank Syariah Indonesia yakni BSI Mobile. Layanan BSI Mobile merupakan aplikasi *mobile banking* yang disediakan oleh Bank Syariah Indonesia untuk nasabahnya yang dapat diakses melalui *smartphone* dengan syarat harus terkoneksi dengan internet (Ferghyna et al., 2020). Pada akhir-akhir ini pengguna BSI Mobile telah mengalami peningkatan sebesar 81% secara *year on year* yang terhitung sejak bulan Juni 2022 atau telah mencapai 4,07 juta pengguna yang sudah menggunakan BSI Mobile (BSI, 2021). Bahkan BSI Mobile masuk dalam peringkat ke-5 sebagai aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Menurut *goodstats.id* (2022) terdapat aplikasi M-Banking yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia diantaranya adalah m-BCA dengan total pengguna 60%, BRI Mobile sebanyak 26%, Livin' by Mandiri sebesar 25%, BNI Mobile dengan total pengguna 23%, dan BSI Mobile dengan raihan sebesar 9% (Angelia, 2022).

Walaupun sudah masuk dalam peringkat ke-5 tetapi dalam kenyataannya BSI Mobile belum mendominasi masyarakat Indonesia. Karena berdasarkan pada laporan *goodstats.id* (2022), total pengguna BSI Mobile masih berada di rentang 9% yang mana masih kalah dengan penggunaan *mobile banking* yang berasal dari bank konvensional seperti halnya pengguna BCA Mobile yang telah mencapai 25,4 juta pengguna (Kontan, 24 November 2022). Melihat fenomena tersebut, industri perbankan baik bank konvensional maupun bank syariah juga harus melakukan digitalisasi dengan mengintegrasikan sistem layanan perbankan digital guna memberikan layanan yang terkini sehingga

dapat mempertahankan retensi dan loyalitas nasabah, termasuk meningkatkan pangsa pasarnya melalui inovasi digital.

Dalam rangka mendukung memasuki sepuluh besar bank syariah dunia sudah seharusnya Bank Syariah Indonesia dapat meningkatkan kualitas pelayanannya. Salah satunya yakni dengan memperhatikan layanan *mobile banking* agar dapat memberikan kesan yang baik bagi nasabahnya. Untuk lebih jelasnya *mobile banking* dapat didefinisikan sebagai layanan digital yang disediakan oleh industri perbankan untuk nasabahnya agar memberikan kemudahan dan efisiensi waktu dalam transaksinya. Kemudian, berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan kepada masyarakat Purwokerto dengan menyebarkan kuesioner menunjukkan hasil bahwa dari 40 responden hanya terdapat 6 responden yang sudah menggunakan aplikasi BSI Mobile. Hal ini dapat menjadi penghambat bagi pertumbuhan Bank Syariah Indonesia mengingat kesadaran masyarakat Purwokerto yang mayoritas beragama Islam dalam mengadopsi layanan *mobile banking* syariah masih rendah.

Namun tidak dipungkiri juga masih banyak terdapat masyarakat Purwokerto yang belum menggunakan *mobile banking* dari manapun. Karena berdasarkan pada hasil observasi pendahuluan tercatat bahwa dari total 40 orang hanya 11 orang yang belum mempunyai layanan *mobile banking* dengan beragam alasan untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Seperti halnya pada hasil wawancara yang dilakukan dengan masyarakat Purwokerto Utara bernama Anaya Arum Aulia, dimana Anaya belum menggunakan *mobile banking* dengan alasan bahwa *smartphone* yang dimilikinya kurang mendukung untuk mengakses aplikasi *mobile banking*, seperti kartu memori untuk penyimpanan aplikasi *mobile banking* yang tidak cukup dan tidak adanya waktu untuk melakukan proses aktivasi layanan *mobile banking* di bank.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam penggunaan layanan *mobile banking* antara lain *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan masalah keamanan (ancaman *cyber crime*). Tiga faktor tersebut dapat digambarkan melalui model *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Model UTAUT tersebut bertujuan untuk

menjelaskan minat pengguna terhadap penggunaan suatu sistem atau teknologi informasi. Terdapat beberapa konstruk dalam UTAUT yakni *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, memprediksi perilaku dan minat terhadap penggunaan teknologi (Aladin et al., 2018). Adapun model UTAUT yang pertama adalah *facilitating conditions*. Model tersebut dapat mengarahkan individu atau pengguna teknologi untuk percaya bahwa infrastruktur dan aspek teknis dari organisasi yang tersedia mampu mendukung dalam penggunaan sistem teknologi (Tusyanah, 2022). Infrastruktur atau sumber daya yang diperlukan dalam menggunakan teknologi dapat berupa internet, *smartphone*, memori internal pada *smartphone*, dan pengetahuan dalam menggunakan teknologi.

Apabila infrastruktur operasional dan teknis dari organisasi semakin mendukung dan tersedia dalam penggunaan teknologi maka secara tidak langsung dapat meningkatkan motivasi atau niat perilaku seseorang untuk mengadopsi teknologi. Oleh karenanya, *facilitating conditions* diduga dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap penggunaan teknologi khususnya pada aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut didukung dengan hasil penelitian Ferghyna et al. (2020), *facilitating conditions* dan *behavioral intention* berpengaruh positif terhadap niat perilaku seseorang untuk menggunakan aplikasi BNI Mobile. Layanan perbankan berupa BNI Mobile merupakan salah satu contoh dari bentuk *mobile banking* yang tersedia pada saat ini.

Maka dari itu, dapat diasumsikan bahwa *facilitating conditions* dapat mempengaruhi minat masyarakat Purwokerto dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sebab dengan adanya sumber daya dan fasilitas yang mendukung (*facilitating conditions*) seperti jaringan internet, *smartphone*, kartu memori dan fasilitas yang mendukung lainnya dapat memotivasi masyarakat untuk menggunakan teknologi informasi berupa *mobile banking*. Berdasarkan hasil observasi pendahuluan yang telah dilakukan pada masyarakat Purwokerto dengan menyebarkan kuesioner kepada 40 responden menunjukkan hasil bahwa terdapat 31 responden yang memilih setuju untuk menggunakan layanan *mobile*

*banking* karena terdapat fasilitas yang mendukung seperti *smartphone*, internet, dan *mobile apps*. Sebab dengan fasilitas yang semakin baik cenderung dapat memunculkan niat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

Dari sini dapat diketahui bahwa dalam rangka menumbuhkan niat pada masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* tentu harus terdapat fasilitas baik dari segi sarana dan prasarana yang dapat mendukung dalam penggunaan teknologi informasi. Sebab seseorang yang memiliki niat untuk mengadopsi teknologi maka cenderung lebih memperhatikan kondisi yang memfasilitasi terkait dengan penggunaan teknologi tersebut. Karena sumber daya yang dibutuhkan seperti internet, memori internal, perangkat keras serta pengetahuan dalam menggunakan teknologi maka dapat meningkatkan niat perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi (Audina et al., 2021).

Namun penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Cristina (2021) terdapat perbedaan hasil yang menunjukkan bahwa, kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) tidak berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking* di saat pandemi. Kemudian perbedaan hasil penelitian juga ditemukan oleh Prasetyo dan Wardhani (2022) yang menjelaskan bahwa, *facilitating conditions* tidak berpengaruh terhadap *behavioral intention* mahasiswa pengguna GoPay. Hal tersebut dikarenakan ketersediaan fasilitas dalam mendukung GoPay tidak meningkatkan minat mahasiswa untuk menggunakan GoPay. Selain itu, GoPay juga sering mengalami kendala teknis dan aplikasi yang belum optimal (Prasetyo & Wardhani, 2022). Sementara itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyorini dan Meiranto (2021) juga mengindikasikan bahwa, *facilitating conditions* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku untuk menggunakan SIMDA. Berdasarkan fenomena dan *research gap* tersebut serta keterkaitan dengan variabel *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat untuk menggunakan *mobile banking* maka penulis perlu mengkaji penelitian lebih lanjut lagi khususnya dalam mengkaji mengenai *facilitating conditions* (kondisi fasilitas).



Kemudian dalam meningkatkan niat seseorang atau individu untuk menggunakan *mobile banking* dapat ditinjau dari segi *electronic word of mouth* (E-WOM). Menurut Kotler dalam Candra & Yasa (2023), menyatakan bahwa *electronic word of mouth* menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan produk dan/atau jasa tertentu (Candra & Yasa, 2023). Hal ini juga didukung dengan penelitian Affifatusholiah et al. (2022), yang mengemukakan gagasan bahwa *e-word of mouth*, *perceived ease of use*, dan *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat dalam menggunakan aplikasi investasi *crypto*. Pada hasil temuan tersebut konsumen cenderung mengandalkan *word of mouth* dalam proses pengambilan keputusan ketika mengadopsi suatu barang dan atau jasa. Selain itu, terdapat penelitian Petrovic et al. (2020), menegaskan bahwa eWOM (interaksi timbal balik antar pengguna *mobile banking*) mempengaruhi niat individu untuk menggunakan *mobile banking*.

Dengan demikian, *electronic word of mouth* juga diduga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan teknologi khususnya pada layanan *mobile banking*. Salah satu bentuk dari *e-word of mouth* yakni dapat berupa *rating* dan *review*. Seperti pada hasil pengamatan di *Google Play Store* yang ditunjukkan pada Tabel 1.2 terlihat bahwa BSI Mobile telah mencapai *rating* bintang 4,4. Dengan *rating* yang diperoleh BSI Mobile di *Google Play Store* tersebut dapat dikatakan cukup baik apabila dibandingkan dengan Muamalat DIN, BCA Syariah Mobile, M-Syariah, dan BTNS Mobile. Walaupun sudah dapat dikatakan cukup tinggi dengan perolehan *rating* tersebut, namun masih banyak masyarakat Purwokerto yang belum menggunakan BSI Mobile sebagai alternatif untuk memanfaatkan layanan transaksi keuangan digital.

**Tabel 1.2 Daftar Mobile Banking Syariah dengan Peringkat Rating Teratas di *Google Play Store***

No	Mobile Banking	Rating
1.	BSI Mobile	4,4

No	Mobile Banking	Rating
2.	Muamalat DIN	4,3
3.	BCA Syariah Mobile	3,6
4.	M-Syariah	3,1
5.	BTNS Mobile	2,2

Sumber: Google Play Store (2023)

Kemudian observasi pendahuluan juga telah dilakukan kepada 40 responden dan tercatat sebanyak 33 responden yang berpendapat bahwa dengan adanya *rating* yang semakin baik pada *mobile banking* dapat memotivasi individu dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Menurutnya dengan *rating* yang semakin baik dapat membantu calon nasabah untuk mencari layanan *mobile banking* yang terbaik. Oleh karena itu, *rating* diduga berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini juga didukung dengan penelitian Alalwan (2020), yang berpendapat bahwa *online rating* berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelanggan untuk terus menggunakan *mobile food ordering apps* (MFOAs). *Rating* atau peringkat *online* memberdayakan pelanggan untuk memberikan umpan balik dengan cara yang lebih efisien dan andal (Alalwan, 2020).

*Online rating* juga menjadi fasilitas pengalaman bagi seseorang yang ingin membandingkan aplikasi satu dengan aplikasi yang lainnya. Selain itu terdapat hasil penelitian Zolkepli et al. (2020), yang menjelaskan bahwa pengguna aplikasi dipengaruhi oleh peringkat aplikasi dan biaya pada tingkat tertentu. Sehingga semakin besar *rating* yang didapatkan pada aplikasi *mobile banking* maka dapat memunculkan rasa minat kepada masyarakat untuk menggunakan *mobile apps* (Zolkepli et al., 2020). Namun pada dasarnya terdapat alasan utama pada masyarakat Indonesia dalam menggunakan layanan *mobile banking* yakni karena adanya kemudahan serta efisiensi waktu yang didapatkan ketika melakukan transaksi keuangan.

Begitu juga jika ditinjau dari *review* atau ulasan yang terdapat di *google play store* yang diduga dapat memunculkan rasa niat pada masyarakat untuk

menggunakan layanan *mobile banking*. *Review* sendiri dapat diartikan sebagai bentuk pernyataan baik itu berupa pernyataan positif ataupun negatif yang diungkapkan oleh konsumen melalui internet mengenai produk atau jasa pada perusahaan, yang dimana tersedia informasi bagi orang yang membutuhkan. Dengan adanya *review* yang semakin baik pada BSI Mobile maka secara tidak langsung dapat membangun citra positif pada aplikasi tersebut dan perusahaan. Selain itu, ulasan konsumen atau *review* juga berperan dalam menentukan peringkat *rating* pada aplikasi. Sebab semakin positif ulasan yang didapatkan pada aplikasi maka semakin banyak *rating* (bintang) yang akan didapatkan (Yoon et al., 2019).

Seperti halnya pada hasil pengamatan yang telah dilakukan di *Google Play Store*, menunjukkan bahwa ulasan atau *review* yang didapatkan pada aplikasi BSI Mobile sudah cukup baik. Namun tidak sedikit nasabah yang masih mengeluhkan masalah terkait kesulitan untuk mengakses aplikasi BSI Mobile. Berdasarkan pada pengamatan penilaian aplikasi BSI Mobile di *Google Play Store*, masih banyak pengguna yang mengeluhkan terjadinya kendala ataupun *error* pada aplikasi BSI Mobile. Berikut diuraikan mengenai beberapa keluhan yang dialami oleh pengguna melalui *review* di *Google Play Store*. Seperti pengguna dengan nama akun Yusmita Rahmatika dan Eka Aji yang mengalami kendala saat aktivasi BSI Mobile terutama pada saat verifikasi wajah yang selalu gagal. Kemudian terdapat pengguna dengan nama akun Risma Marisa dan Koki Cilik Mysha yang mengeluhkan terkait kendala pada BSI Mobile yang terus tetap *error*, aplikasi berhenti sendiri dan terus keluar dari aplikasi BSI Mobile.

Keluhan yang sering dialami oleh para nasabah cenderung mengarah pada kualitas sistem dan layanan pada aplikasi BSI Mobile. Oleh karena itu, sudah seharusnya keluhan yang dilontarkan oleh para nasabah menjadi bahan evaluasi untuk mengembangkan sistem layanan keuangan digital yang lebih baik lagi. Karena dengan semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan secara signifikan sehingga semakin besar kemungkinan pengguna untuk terus menggunakan dan memanfaatkan produk

serta layanan teknologi informasi pada perbankan. Memiliki *review* dan *rating* yang baik di *apps store* juga dapat memudahkan pelanggan/calon pelanggan dalam menemukan aplikasi yang terbaik karena semakin besar peringkat yang dimiliki oleh sebuah aplikasi, semakin besar peluang aplikasi untuk ditemukan dan diunduh oleh pengguna atau calon pengguna (Kapoor & Vij, 2020).

Dari hasil pengamatan yang telah dilakukan pada masyarakat Purwokerto, menunjukkan bahwa 33 responden atau sekitar 82,5% tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking* karena adanya *electronic word of mouth*. Sebab itu, dengan semakin baik *electronic word of mouth* pada aplikasi BSI Mobile dapat berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan *mobile banking* BSI. Karena dengan sistem layanan *mobile banking* yang diberikan semakin baik akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan itu sendiri sehingga secara tidak langsung akan menaikkan *rating* dan *review* yang positif sehingga dapat menarik perhatian bagi konsumen untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Seperti temuan dari Shankar et al. (2020), menunjukkan bahwa tiga pemicu eWOM (*argument quality*, *valence* dan *consistency*) secara signifikan mendorong niat seseorang untuk mengadopsi m-banking. Menurutnya dengan adanya ulasan yang *up to date*, akurat dan lengkap meningkatkan niat pelanggan untuk mengadopsi m-banking (Shankar et al., 2020)

Demikian pula, *positive mixed review* (*the valance of positive eWOM*) meningkatkan niat untuk mengadopsi m-banking. Hal ini berarti bahwa ketika *customers* menemukan sebuah ulasan/*review* yang positif di platform online ataupun ulasan negatif didalamnya, niat mereka untuk mengadopsi m-banking dapat meningkat. Namun peneliti menemukan terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradita (2021), yang mana penelitian tersebut menjelaskan bahwa E-WOM tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Alodokter. Dengan adanya fenomena dan gap penelitian tersebut maka perlu terdapat kajian ulang terhadap variabel E-WOM.

Dalam menjalankan roda bisnis, sudah seharusnya teknologi dapat dimaksimalkan dengan baik bukan malah mempersulit pengguna. Teknologi sering diibaratkan sebagai dua sisi mata pisau yang artinya teknologi dapat memberikan dampak positif dan negatif. Dua sisi dampak tersebut menjadi peluang sekaligus tantangan bagi kehidupan manusia dalam menghadapi transformasi digitalisasi. Adapun dampak positif yang dapat ditimbulkan sebagai sebab akibat dari adanya teknologi yakni: (1) Sebagai media untuk melakukan komunikasi jarak jauh antara individu satu dengan individu lainnya; (2) Media pertukaran data yakni terjadinya pertukaran informasi dengan cepat dan murah; (3) Dalam dunia bisnis, teknologi memberikan kemudahan dalam bertransaksi secara lebih efisien (Sidiq, 2014).

Kemajuan teknologi juga memiliki dampak negatif khususnya pada perbankan syariah yakni dihadapkan pada beberapa tantangan salah satunya adalah ancaman *cyber crime*. Berdasarkan data Direktorat Operasi Keamanan Siber Nasional BSSN dalam OJK (2021) melaporkan bahwa, telah terjadi serangan siber sebanyak 495 juta yang mana serangan tersebut terjadi pada tahun 2020. Adapun sektor yang rentan terkena serangan siber yakni pada sektor keuangan. Target yang menjadi serangan siber tersebut yakni pada industri perbankan. Seperti pada periode Semester 1 2020-Semester 1 2021 tercatat bahwa sebanyak 7.087 telah terjadi *fraud* dengan menggunakan siber dan diketahui sekitar 71,6% terjadi di Bank Umum Milik Pemerintah. Kemudian diikuti oleh Bank Swasta sebanyak 28% dan disusul oleh Bank Swasta sebesar 0,3%. Serangan siber ini biasanya dilakukan dengan motif ekonomi.

Serangan siber yang terjadi di industri perbankan biasanya memanfaatkan OTP *Fraud*, SIM *Swap*, *phising*, *skimming*, dan *social engineering*. Seperti halnya pada tindak kejahatan *skimming* yang mengakibatkan terjadinya kerugian pada nasabah. *Skimming* merupakan suatu metode kejahatan dengan modus *card skimmer* yang dilakukan dengan cara merekam data kartu kredit. *Card skimmer* yang berukuran kecil tersebut dimanfaatkan oleh pelaku dengan disembunyikan di mesin *electronic data capture* (EDC) (Prasetyono et al., 2021). Bahkan hampir setiap tahunnya kasus kejahatan di internet masih terus

terjadi hingga sekarang dan telah menimbulkan kerugian baik itu pada masyarakat maupun organisasi.

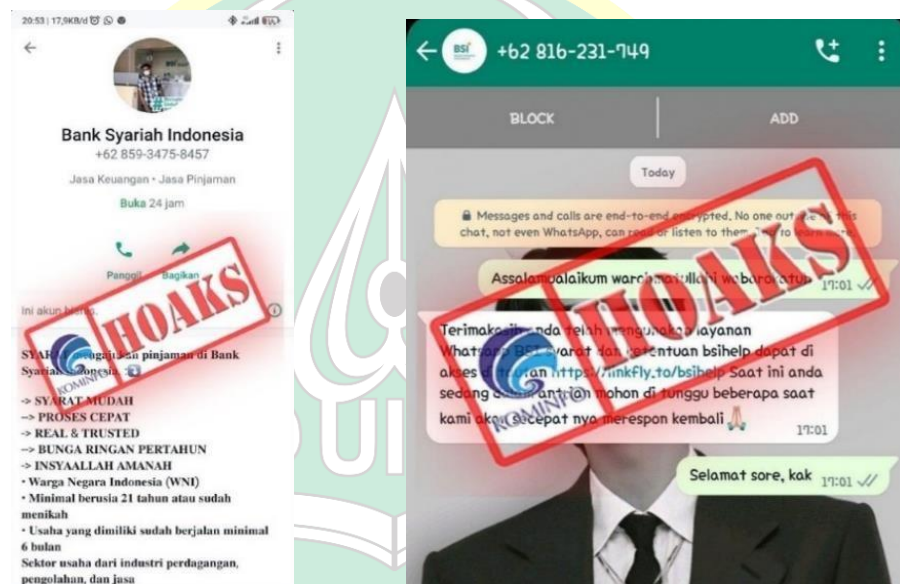
Seperti yang dikutip dari artikel berita *idxchannel.com*, Pada tahun 2018 telah terjadi kasus *skimming* yang terjadi di daerah Kediri dan Purwokerto yakni telah memakan korban nasabah bank BRI di wilayah tersebut. Kemudian pada tahun 2020, di kota Kendari Sulawesi Tenggara telah terjadi kasus *skimming* yang memakan korban sebanyak 98 nasabah BNI (Nurhaliza, 2021). Tidak hanya itu, seperti yang dilansir pada artikel surat kabar *suaramerdeka.com*, di tahun 2021 telah terjadi kasus *skimming* yang membobol ratusan juta rupiah yang diduga didalangi oleh warga negara asing yang melakukan *skimming* ATM di Jawa Tengah yakni terdapat 35 rekening nasabah BRI di wilayah Slawi, Kabupaten Tegal. Adapun total kerugian mencapai Rp. 202.850.000 (Cahya, 2021).

Pada tahun yang sama, telah terjadi kasus yang serupa dengan mengakibatkan kerugian pada 53 nasabah Bank Jateng Cabang Klaten dengan total kerugian mencapai Rp. 1,6 Miliar (Zamani, 2021). Berbagai macam modus dan cara yang dilakukan untuk melakukan penipuan atau tindak kejahatan melalui jaringan komputer/internet seperti halnya *skimming* dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap perlindungan data. Selain itu, pada Tahun 2023, seperti dikutip dari artikel *detik.com*, telah terjadi penipuan online akibat adanya modus penipuan dengan mengirimkan link *illegal* dan *android package kit* (APK) yang mengakibatkan sebanyak 493 rekening nasabah bank terkuras dan telah menembus kerugian mencapai 12 Miliar (Sidik, 2023).

Bentuk kejahatan *cyber* berupa penipuan tersebut juga pernah dialami oleh pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) yang kerap kali menyebabkan kerugian baik itu pada nasabahnya maupun pihak bank. Bahkan di tahun 2021 PT Bank Syariah Indonesia mencatat terdapat 6.762 pengaduan terkait kejahatan perbankan yang terjadi di Bank Syariah Indonesia dan sebanyak 218.609 pengaduan terkait dengan layanan pada BSI seperti proses/trasaksi dan fasilitas (BSI, 2021). Adapun bentuk kejahatan yang sering dialami oleh pihak

BSI yaitu terdapat pelaku kejahatan yang sering mengatasnamakan BSI untuk melakukan penipuan kepada nasabah dalam bentuk pesan yang dikirim melalui media sosial.

Seperti yang dikutip dari Media Kominfo telah terjadi modus penipuan dengan mengatasnamakan Bank Syariah Indonesia. Kejadian tersebut terjadi pada bulan Juni 2022, dimana telah terjadi penipuan dengan menawarkan pengajuan pinjaman kepada nasabahnya melalui Whats App yang mengatasnamakan Bank Syariah Indonesia. Penawaran tersebut disinyalir merupakan salah satu bentuk modus penipuan (Kominfo, 10 Juni 2022). Berikut disajikan Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 mengenai contoh kejahatan penipuan.



**Gambar 1.1 Bentuk Kejahatan Berupa Penipuan Online**      **Gambar 1.2 Bentuk Kejahatan Berupa Penipuan Online**

Bahkan pada bulan Mei 2023, seperti yang dilansir dari Liputan 6 menyebutkan bahwa Bank Syariah Indonesia diduga menjadi korban serangan *ransomware* Lockbit 3.0 yang mengakibatkan kelumpuhan suatu layanan BSI. Sehingga mengakibatkan adanya gangguan layanan perbankan pada ATM dan *mobile banking* selama beberapa minggu. Banyak para nasabah yang mengeluhkan terkait dengan kesulitan yang dialaminya dalam mengakses aplikasi *mobile banking* dan ATM. Dengan kejadian *cyber crime* bukan hanya mengakibatkan kerugian pada nasabah akan tetapi berdampak pada karyawan

yang mana kelompok pelaku *cyber* Lockbit 3.0 membocorkan database para karyawan dan nasabah BSI tersebut ke internet (Yuslianson, 2023).

Adapun hasil pengamatan yang telah dilakukan pada sebagian masyarakat Purwokerto, menunjukkan hasil bahwa dari 40 orang terdapat 14 orang yang pernah mengalami kejahatan *cyber* dalam dunia perbankan. Adapun *cyber crime* yang sering dialami oleh masyarakat Purwokerto yakni penyebaran berita bohong dan penipuan yang dikirim melalui SMS ataupun Whats App. Dengan adanya kejahatan di lingkungan internet tidak sedikit yang merasa khawatir ketika menggunakan *mobile banking*. Salah satu kekhawatiran para nasabah dalam menggunakan *mobile banking* yakni pencurian data para nasabah ketika *handphone* hilang dan adanya penipuan kepada nasabah yang dapat merugikan secara finansial.

Dengan demikian perlu adanya keamanan dan kekuatan hukum dalam *mobile banking*, sebab kewaspadaan dan perlindungan data nasabah akan menjadi penting seiring dengan penggunaan *mobile banking* yang terus meningkat. Dari sini dapat diduga bahwa ancaman *cyber crime* berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan dan memanfaatkan layanan *mobile banking* sebagai layanan transaksi keuangan digital. Karena dengan semakin banyaknya kejahatan internet dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat dalam bertransaksi secara digital. Maka dari itu perlu adanya kebijakan dan informasi cara mengantisipasi terhindar dari ancaman *cyber crime* khususnya dalam dunia perbankan serta melakukan pengelolaan aplikasi *mobile* yang baik.

Sehingga masyarakat tidak merasa khawatir dan tertarik untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Bakhtiar et al. (2020), menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan, keamanan dan kemudahan, serta fitur layanan terhadap minat menggunakan *internet banking* di Bank Syariah Mandiri (BSM). Selain itu terdapat hasil penelitian dari Arofah & Priatnasari (2020) menunjukkan hasil bahwa penggunaan *internet banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap terjadinya kejahatan *cyber* di Wilayah Tegal.



Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji mengenai “**Pengaruh *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)* dan *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking (BSI Mobile)*” Adapun alasan peneliti memilih objek pada masyarakat Purwokerto yakni dikarenakan tingkat minat masyarakat Purwokerto dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile masih rendah. Hali ini dapat menjadi permasalahan karena dengan masyarakat Purwokerto yang mayoritas beragama Islam sudah seharusnya dapat menggunakan *mobile banking* syariah. Selain itu, dari adanya fenomena dan perbedaan hasil penelitian yang telah dipaparkan sehingga peneliti memiliki ketertarikan untuk menjadikan hal tersebut sebagai bahan penelitian.**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah *facilitating conditions* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*?
2. Apakah *electronic word of mouth* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*?
3. Apakah *cyber crime* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*?
4. Apakah *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*?

## **C. Tujuan dan Kegunaan**

### **a. Tujuan**

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *electronic word of mouth* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking (BSI Mobile)*.

3. Untuk mengetahui pengaruh antara *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan *mobile banking* (BSI Mobile).
4. Untuk mengetahui pengaruh antara *facilitating conditions*, E-WOM, dan *cyber crime* secara simultan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

b. Kegunaan

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi penulis untuk dapat menambah pengetahuan dan menuangkan gagasannya di bidang ekonomi khususnya mengenai perbankan.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya. Kemudian penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan teori dan pengetahuan.

3. Bagi Perusahaan

Pada perusahaan dapat menentukan strategi dan fitur yang diperlukan dalam menarik perhatian pelanggan dan memberikan kepercayaan kepada masyarakat.

4. Bagi Masyarakat

Secara umum atau praktis, penelitian ini dapat menjadi sarana edukasi kepada masyarakat mengenai layanan keuangan digital pada bank syariah serta memberikan pengetahuan terkait *cyber crime* yang terdapat di perbankan syariah sehingga masyarakat dapat terhindar dari kejahatan digital tersebut.

#### **D. Sistematika Pembahasan**

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian pertama yakni bab pendahuluan yang berisikan uraian mengenai gambaran umum dari permasalahan penelitian. Terdapat 4 (empat) sub bab pada pendahuluan diantaranya adalah latar belakang masalah, rumusan masalah,

tujuan penelitian, kegunaan atau manfaat penelitian, dan terdapat sistematika pembahasan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini memuat mengenai kajian teori, kajian pustaka atau yang menjadi landasan teori dalam mendukung penelitian ini. Kemudian pada bagian ini terdapat landasan teologis, kerangka pemikiran, dan rumusan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bagian metode penelitian menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, obyek dan subyek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data dalam penelitian.

**BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan mengenai temuan yang telah diperoleh dari hasil penelitian yang meliputi deskripsi objek, karakteristik responden, analisis data, pengujian hipotesis, pembahasan atau hasil pengolahan data.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bagian terakhir dijelaskan mengenai kesimpulan atas jawaban dari tujuan penelitian dan berisi mengenai saran.

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa landasan atau dasar dalam mendukung penelitian ini yakni dapat berupa hasil temuan pada penelitian terdahulu. Setidaknya terdapat 6 penelitian terdahulu yang searah dengan penelitian ini diantaranya adalah:

- a. Hasil penelitian yang pertama yakni dilakukan oleh Ferghyna et al. (2020) dengan judul “Pengaruh *Facilitating Conditions* dan *Behavioral Intention* Terhadap *Use Behavior* Pada Pengguna Aplikasi *BNI Mobile Banking*” menunjukkan hasil terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *facilitating conditions* dan *behavioral intention* terhadap variabel *use behavior* atau minat seseorang dalam menggunakan BNI Mobile. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif deskriptif. Kemudian dalam penentuan jumlah sampel penelitian dipergunakan sebuah metode *convenience sampling*. Sehingga menghasilkan sampel penelitian sejumlah 100 responden pengguna *BNI mobile banking* (Ferghyna et al., 2020).
- b. Hasil penelitian dari Aprianingsih & Yuliana (2022) dengan judul “Factors Involve in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2” menemukan hasil bahwa ekspektasi kinerja, *perceived value*, *facilitating conditions*, *habit* dan *effort expectancy* mempengaruhi niat perilaku untuk mengadopsi *mobile banking* syariah (BSI Mobile). Menurutnya *facilitating conditions* termasuk bagian yang penting dalam menentukan niat perilaku konsumen. Kemudian metode kuantitatif diterapkan pada penelitian ini dengan analisis data yakni *path analysis* melalui program SEM PLS (Yuliana & Aprianingsih, 2022).
- c. Hasil penelitian dari Petrović et al. (2020) dengan judul “The Influence of eWOM on The Use of Mobile Banking” menunjukkan bahwa *e-word of mouth* (interaksi timbal balik/dua arah antar pengguna *mobile banking*) dapat mempengaruhi niat seseorang untuk terus menggunakan *mobile banking* (*Intention of Use*). Selain itu, eWOM juga berpengaruh terhadap *perceived simplicity of use*, *users opinions*, *social norms*, dan *initial trust*.

Namun E-WOM tidak berpengaruh terhadap *perceived usefulness*. Sementara itu, analisis data dilakukan dengan menggunakan alat SPSS 22 dan AMOS 22, dimana *structural equation modelling* digunakan untuk menguji pengaruh secara langsung pada eWOM terhadap sikap dan niat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* (Petrović et al., 2020).

- d. Hasil penelitian dari Affifatusholihah et al. (2022) yang berjudul “Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model dan Electronic Word of Mouth Pada Minat Menggunakan Aplikasi Investasi *Crypto*” menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *e-word of mouth*, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap minat untuk menggunakan aplikasi investasi *crypto*. Adapun metode penelitian yang diterapkan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan memanfaatkan aplikasi SEM warp PLS 8.0 sebagai analisis data. Sedangkan dalam menentukan sampel penelitian menggunakan *purposive sampling* (Affifatusholihah et al., 2022).
- e. Hasil penelitian dari Apau dan Koranteng (2019) yang berjudul “Impact of Cybercrime and Trust on the Use of E-Commerce Technologies: An Application of the Theory of Planned Behavior” menunjukkan bahwa *cyber crime perception*, *trust of the internet medium*, *attitude towards behavior*, *customers' subjective norm*, dan *perceived behavioral control* berpengaruh dan signifikan terhadap niat dan perilaku konsumen untuk menggunakan E-Commerce. Kemudian dalam menentukan jumlah sampel menggunakan teknik *convenience sampling*. Adapun dalam melakukan pengujian hipotesis menggunakan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) (Apau & Koranteng, 2019).
- f. Hasil penelitian dari Pratiwi dan Sukarnasih (2020), yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *Internet Banking* dan Perlindungan Nasabah Penggunaan Fasilitas *Internet Banking* Terhadap *Cyber Crime* di Masyarakat Denpasar Selatan” menunjukkan hasil bahwa penggunaan *internet banking* dan perlindungan konsumen pengguna layanan *internet banking* secara positif dan signifikan memiliki pengaruh terhadap kejahatan

siber di Kota Denpasar Selatan. Tipe penelitian yang diterapkan pada penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Kemudian teknik dalam menetapkan jumlah sampel menggunakan *accidental sampling* yang menghasilkan sampel sejumlah 100 responden. Sedangkan sumber data primer yang dipergunakan yakni dalam bentuk angket yang disebarakan kepada masyarakat di Denpasar Selatan. Sementara itu, analisis regresi linear berganda digunakan dalam menguji hipotesis pada penelitian ini dan diikuti dengan uji t dan uji F (Pratiwi & Sukarnasih, 2020).

Pada dasarnya penelitian ini terdapat kesamaan dan perbedaan dengan penelitian sebelumnya. Seperti penyajian pada Tabel 2.1 terkait dengan perbandingan penelitian terdahulu.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan Tahun	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ferghyna, Aditya Rachmadi dan Admaja Dwi H (2020)	Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif deskriptif. Kemudian, penelitian ini menerapkan <i>convenience sampling</i> dalam menentukan sampel. Sementara itu, teknik analisis data penelitian menggunakan	Kesamaan penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai <i>facilitating conditions</i> dan minat. Selain itu, persamaan terletak pada bentuk atau tipe penelitian yang digunakan.	Penelitian ini berfokus pada layanan <i>mobile banking</i> konvensional. Kemudian, perbedaan terletak pada objek, waktu dan tempat penelitian.

No	Peneliti dan Tahun	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		analisis regresi linear berganda.		
2.	Putri Dewi Yuliana dan Atik Aprianingsih (2022)	Penelitian ini masuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Sedangkan, teknik analisis data yang diterapkan adalah path analisis melalui program <i>structural equation modeling</i> (SEM).	Penelitian ini memiliki persamaan dalam membahas mengenai <i>facilitating conditions</i> dan niat perilaku konsumen untuk menggunakan layanan BSI Mobile.	Pada penelitian ini terdapat perbedaan pada teknik analisis data yakni menggunakan path analisis melalui program SEM.
3.	Marijana Petrović, Danica Rajin, Danijela Milenković, dan Dražen Marić (2020)	Pendekatan penelitian ini tergolong dalam penelitian kuantitatif dan teknik analisis data berdasar pada <i>stuructural equation model</i> dengan dibantu SPSS 22 dan AMOS 22.	Persamaan terletak pada variabel independen yakni membahas mengenai <i>electronic word of mouth</i> . Selain itu, pada penelitian ini terdapat pembahasan	Perbedaan terletak pada tempat dan waktu penelitian. Tempat penelitian dilakukan di wilayah Serbia. Selain itu, perbedaan terletak pada

No	Peneliti dan Tahun	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
			mengenai niat perilaku individu untuk menggunakan <i>mobile banking</i> .	teknik analisis data yang digunakan.
4.	Lina A, Farah Putri Wenang L, dan Fadhila (2022)	Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Kemudian dalam penetapan sampel melalui metode pendekatan <i>purposive sampling</i> . Adapun alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SEM Warp PLS 8.0.	Persamaan penelitian ini pada pembahasan mengenai E-WOM.	Penelitian ini berfokus pada aplikasi investasi. Selain itu, penelitian ini terdapat perbedaan pada tempat, waktu dilaksanakannya penelitian.
5.	Richard Apau dan Feliz Nti Koranteng (2019)	Metode penelitian yang digunakan termasuk bagian dari penelitian kuantitatif. Kemudian <i>convenience</i>	Persamaan terletak pada jenis penelitian dan topik pembahasan mengenai kejahatan cyber.	Perbedaan terletak pada objek yang diteliti dimana pada penelitian ini berfokus pada aplikasi E-



No	Peneliti dan Tahun	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		<i>sampling</i> digunakan untuk menetapkan jumlah sampel. Sementara itu, untuk pengujian model penelitian mengandalkan PLS-SEM.		Commerce. Selain itu, terlihat perbedaan pada waktu dan tempat penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.
6.	Ni Kadek Pande Diah Pratiwi dan Desak Made Sukarnasih (2020)	Jenis penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian kuantitatif. Kemudian, dalam menentukan jumlah sampel menggunakan <i>accidental sampling</i> .	Penelitian ini memiliki kemiripan yakni terletak pada jenis penelitian, teknik pengambilan sampel dan analisis data.	Perbedaan terletak pada objek, waktu dan tempat penelitian. Sebab tempat penelitian ini dilakukan di wilayah Denpasar.

## B. Kajian Teori

### a. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* yang selanjutnya disingkat dengan UTAUT merupakan suatu model yang memiliki tujuan guna menjelaskan minat seseorang terhadap penggunaan suatu sistem teknologi informasi. UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh et al. (2003). UTAUT merupakan hasil penggabungan dan pengolahan dari

*Theory Reasoned Action (TRA)*, *Theory Acceptance Model (TAM)*, *Theory of Planned Behaviour (TPB)*, *Motivation Model (MM)*, *Model of PC Utilization (MPTU)*, *Innovation Diffusion Theory (IDT)* dan *Social Cognitive Theory (SCT)*. Pada teori ini terdapat beberapa konstruk utama yaitu *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), pengaruh sosial (*social influence*), ekspektasi kinerja (*effort expectancy*), dan *performance expectancy* (Venkatesh et al., 2003). Kemudian konstruk tersebut berkembang menjadi *hedonic motivation*, *price value*, dan kebiasaan (*habit*). Dari ke-3 konstruksi baru tersebut merupakan asal muasal munculnya UTAUT 2.

UTAUT lebih mengarah pada pengaruh konstruk-konstruk yang berhubungan dengan minat (*behavioral intention*) dan perilaku pemakaian (*usage behaviour*). UTAUT adalah salah satu model yang dikembangkan karena adanya keterbatasan pada model TAM yang kurang komprehensif dalam mempertimbangkan beberapa aspek yang berpengaruh pada perilaku pengguna. Asumsi model UTAUT merupakan kepercayaan mengenai kegunaan atau manfaat dan kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi sebagai faktor yang menentukan dalam mengadopsi sebuah teknologi informasi (Tusyanah, 2022).

**b. Kondisi yang Memfasilitasi (*Facilitating Conditions*)**

Menurut Venkatesh (2003) dalam Tusyanah (2020), *facilitating conditions* atau kondisi yang memfasilitasi diartikan sebagai tingkat keyakinan individu terhadap infrastruktur (sumber daya) dan teknis dari organisasi yang tersedia dapat mendukung dalam penggunaan sistem teknologi. Definisi tersebut menangkap konsep yang diwujudkan oleh tiga konstruksi berbeda yakni *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating conditions* (MPCU), dan *compatibility* (IDT). Selanjutnya, *facilitating conditions* juga diartikan sebagai kepercayaan individu terhadap fasilitas dalam mendukung penggunaan sistem teknologi. Fasilitas atau dukungan bagi pengguna dapat berbentuk perangkat keras atau perangkat lunak pada komputer dengan tujuan untuk keperluan

organisasi ataupun individu. Venkatesh & David (1996) menjelaskan bahwa dukungan tersebut juga dapat berbentuk pelatihan, *smartphone*, buku, dan sistem yang digunakan.

Kondisi yang memfasilitas (*facilitating conditions*) merupakan salah satu model dari *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT) dan representasi dari 3 (tiga) bagian dalam teori, diantaranya yaitu (Tusyanah, 2022):

1) *Control of conscious behavior* (Kontrol Perilaku secara Sadar)

Pada teori *control of conscious behavior* menunjukkan bahwa sebagian besar perilaku sosial manusia dikendalikan di bawah kontrol kehendak, sehingga niat individu dapat diprediksi. *Control of conscious behavior* sangat erat kaitannya dengan sumber daya (fasilitas) yang dimiliki, diketahui dan dipersepsikan seseorang, baik itu waktu, uang, keterampilan, kemudahan memperoleh dan lain sebagainya. Oleh karena itu, kontrol perilaku dapat diterima menjadi salah satu faktor penentuan dalam memprediksi minat untuk melakukan suatu perilaku dalam penggunaan sistem teknologi baru.

2) *Facilitating Conditions*

*Facilitating conditions* adalah faktor-faktor obyektif dalam lingkungan yang memudahkan pengguna teknologi untuk mengambil tindakan, termasuk dalam penyediaan fasilitas seperti dukungan komputer atau jaringan.

3) *Compatibility*

Konstruk kompatibilitas dari IDT menggabungkan item yang memanfaatkan kecocokan antara gaya kerja individu dan penggunaan sistem dalam organisasi. Kompatibilitas atau dalam istilah asing disebut dengan *compatibility* bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh inovasi tersebut dipandang sesuai dengan nilai, pengalaman, dan kebutuhan pengadopsi potensial. Apabila inovasi tersebut tidak konsisten atau berlawanan dengan norma dan nilai-nilai yang berlaku maka inovasi tersebut dapat terhambat dan akan sulit untuk diadopsi.

c. ***Electronic Word of Mouth (E-WOM)***

Menurut Candra dan Yasa (2023), *Electronic Word of Mouth* atau yang biasa disingkat dengan E-WOM merupakan pemasaran yang dilakukan dengan memanfaatkan internet. Tujuan dari E-WOM yakni agar mampu menciptakan suatu berita dari mulut ke mulut dengan tujuan pemasaran ataupun mendukung usahanya (Candra & Yasa, 2023). E-WOM dapat merangsang konsumen untuk menceritakan kepada orang lain secara *online* mengenai produk atau jasa yang ada pada perusahaan sehingga dapat memunculkan informasi mengenai produk atau jasa tersebut. E-WOM dapat berupa audio, video, dan tulisan. E-WOM sendiri adalah perubahan dari konsep *word of mouth* (Pasha, 2022). Tidak seperti halnya WOM tradisional yang memiliki keterbatasan dalam menyebarkan informasi, melalui E-WOM maka dapat menjangkau yang lebih luas berbeda halnya dengan WOM tradisional yang memiliki keterbatasan dan hanya dapat dijangkau oleh orang yang saling mengenal atau orang terdekat saja.

E-WOM dapat diartikan sebagai suatu bentuk komunikasi informal elektronik dengan memanfaatkan teknologi berbasis internet yang bertujuan agar konsumen dapat mengekspresikan sehubungan dengan pemakaian akan produk dan jasa tertentu (Rosario et al., 2020). E-WOM seringkali dianggap lebih efektif daripada WOM tradisional karena E-WOM memiliki jangkauan yang lebih luas dalam artian E-WOM dapat diakses oleh siapapun dengan waktu yang singkat. Selain itu E-WOM juga mudah diukur dengan berbagai sistem penilaian yang telah tersedia di setiap *website* sehingga memudahkan dalam penyebaran informasinya. E-WOM dapat berupa pernyataan positif maupun pernyataan negatif yang diutarakan dari pengguna, calon pengguna ataupun mantan pengguna tentang produk atau layanan pada perusahaan, yang tersedia berbagai informasi bagi orang yang membutuhkan dan institusi/lembaga tertentu melalui internet (Laela &

Asdar, 2022). E-WOM dapat melalui *social media, online rating stores, google play store, blog and weblogs*, artikel dan lain sebagainya.

E-WOM juga bisa berbentuk ulasan dan *rating* (peringkat) yang dianggap sebagai penilaian dari pengguna atau konsumen. *Rating* adalah presentase yang menunjukkan ukuran secara kuantitatif terhadap penilaian suatu aplikasi. *Rating* dapat menunjukkan presentase pengguna yang telah mendownload aplikasi tersebut. Semakin besar *rating* yang dimilikinya menunjukkan bahwa aplikasi tersebut menarik dan dapat dijadikan pilihan untuk mencobanya. Terkadang *rating* juga dapat digunakan sebagai informasi kontrol orang tua dalam membatasi akses ke anak-anak berdasarkan jenis dan konten aplikasi. Dengan memiliki peringkat yang baik di *apps store* dapat membantu untuk mengesankan calon pengguna karena semakin besar peringkat yang dimiliki untuk sebuah aplikasi, semakin besar peluang aplikasi untuk ditemukan dan diunduh oleh pengguna atau calon pengguna (Kapoor & Vij, 2020).

*Rating* pada aplikasi di *google play store* dapat memberi *insight* yang lebih banyak kepada pengguna terkait pemahaman yang baik mengenai peringkat pada aplikasi. Pada hakikatnya, *rating* termasuk bagian dari *review* dalam bentuk simbol pada saat mengekspresikan ataupun menyampaikan pendapatnya yang berasal dari pelanggan (Sianipar & Yoestini, 2021). Adapun bentuk simbol yang sering digunakan yakni berbentuk bintang dari 1 hingga 5 (Hasrul & Sembiring, 2021). *Rating* juga dapat didefinisikan sebagai bagian dari penilaian pengguna atas pengalaman mereka terhadap preferensi suatu produk terkait dengan kondisi psikologis (kognitif) dan emosional pelanggan saat berinteraksi dengan produk virtual pada lingkungan dimediasi (Arbaini, 2020).

a) Dimensi Electronic Word of Mouth

Menurut Hening dan Thurau (2004) menyebutkan bahwa terdapat 8 dimensi *electronic word of mouth* (E-WOM) yang dapat direfleksikan sebagai berikut diantaranya adalah:

1) *Concern for others*

Dimensi *concern for others* lebih menitikberatkan kepada kepedulian yang diberikan oleh orang lain terkait dengan konsep altruisme yakni mencegah dan melindungi orang lain apabila terdapat sesuatu hal yang dirasa kurang baik (Hennig-Thurau et al., 2004). Melalui rasa kepedulian dan perhatian dari seseorang dapat membantu orang lain guna membentuk keputusan menjadi baik.

2) *Expressing positive feelings*

*Expressing positive feelings* yakni mengungkapkan sebuah perasaan atau emosi yang positif dan mempunyai kemauan untuk berbagi suka cita dari pengalaman yang telah didapatkan. *Expressing positive feelings* atau mengekspresikan sebuah perasaan positif yang timbul karena adanya pengalaman positif. Pengalaman tersebut dapat diungkapkan melalui *electornonic word of mouth*.

3) *Helping the company*

*Helping the company* merupakan suatu hasil atas reaksi kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang nantinya dapat membantu perusahaan. Kepuasan konsumen tersebut juga dapat digunakan bagi perusahaan sebagai tolak ukur dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan demikian, pelanggan dapat membantu perusahaan dengan terlibat untuk memberikan apresiasi kepada perusahaan (*something in return*).

4) *Platform Assistance*

Dimensi *platform assistance* (bantuan platform) bertujuan untuk mengoperasionalkan dalam perilaku E-WOM dengan dua macam yaitu kekerapan jumlah kunjungan konsumen pada *opinion platform* dan melalui jumlah komentar yang dituliskan konsumen pada *platform* yang telah disediakan.

5) *Venting Negative Feelings*

Melalui *rating* dan kolom ulasan yang tersedia maka konsumen dapat menyampaikan terkait dengan pengalaman negatif

atau pengalaman tidak menyenangkan. Hal ini bertujuan untuk mengurangi rasa ketidakpuasan konsumen.

6) *Extraversion*

Dimensi ini memuat mengenai manfaat psikologis pada komunikator dengan menggabungkan beberapa kategori motif utama guna mengekspresikan sebuah perasaan/emosi yang positif.

7) *Social Benefits*

Keikutsertaan konsumen untuk berpartisipasi dalam proses komunikasi E-WOM dapat memberikan sebuah manfaat sosial dari keanggotaan komunitas. Konsumen dapat menulis komentar melalui ulasan komentar yang memberikan manfaat sosial dan menandakan keikutsertaan.

8) *Economic Incentive*

Manfaat ekonomi (*Economic Incentive*) dianggap sebagai rangsangan pada perilaku manusia dan dipandang sebagai penghargaan oleh penerima terhadap perilaku resipien. Maka dari itu, penerimaan penghargaan ekonomi dalam komunikasi E-WOM adalah bentuk dari penerimaan utilitas.

9) *Advise Seeking*

Konsumen dapat memahami komentar walaupun secara virtual, menggambarkan pengalaman mereka dan meminta agar dapat menyelesaikan pemecahan permasalahan informasi. Konsumen diharapkan tidak saja membaca ulasan yang ditulis oleh orang lain melainkan dapat berpartisipasi untuk memotivasi konsumen lain dengan menulis sebuah komentar.

b) *Information Acceptance Model (IACM)*

*Information Acceptance Model* merupakan model yang diperluas dari *Information Adoption Model (IAM)* dengan mengintegrasikan bagian dari *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Model dari *Information Acceptance Model* bertujuan untuk menjelaskan faktor-faktor penentuan informasi pada E-WOM. Dalam *information acceptance model* juga

menjelaskan karakteristik E-WOM yang berfokus pada informasi yakni kualitas, kredibilitas, dan kegunaan. Sedangkan komponen terkait dengan TRA mewakili perilaku konsumen terhadap informasi E-WOM. Jadi IACM memperluas gagasan tentang adopsi informasi melalui penyertaan perilaku konsumen. Adapun beberapa bagian yang termasuk dalam IACM diantaranya adalah (Erkan & Evans, 2016):

1) *Information Adoption*

*Information adoption* merupakan proses dimana orang dengan sengaja terlibat untuk menggunakan informasi. Perilaku mengadopsi sebuah informasi merupakan kegiatan utama yang dilakukan dalam komunikasi secara virtual. Contohnya adalah pengguna mencari pendapat dan komentar yang di unggah oleh orang lain sebelum mereka membuat keputusan.

2) *Information Quality*

Kualitas informasi (*Information Quality*) mengacu pada kekuatan informasi dalam memberikan keyakinan kepada orang lain melalui pesan informasi. Kualitas informasi pada dasarnya mengacu pada hal isi, akurasi, dan ketepatan waktu.

3) *Source Credibility*

Kredibilitas informasi yakni mengacu pada sejauh mana sumber informasi dapat dipercaya dan dapat diandalkan oleh penerima informasi. Apabila informasi yang diberikan oleh sumber yang kredibel maka informasi tersebut dapat berguna dan diandalkan.

4) *Information Usefulness*

Pada *platform online*, sebuah gagasan atau opini baru mengenai produk atau layanan maka orang akan membawa persepsi individu tentang apakah informasi dapat berguna untuk membantu mereka dalam mengambil sebuah keputusan yang lebih baik. Oleh karena itu, jika orang berpikir bahwa komentar dalam platform



online bermanfaat, mereka akan memiliki niat yang lebih besar untuk mengadopsi komentar tersebut.

c) *Review Quantity* dan *Review Valance*

Lopez dan Sicilia (2014) menemukan bahwa E-WOM terdapat dua atribut yakni *Quantity* dan *Valance*. Kemudian Tsao et al. (2015) menyalurkan gagasannya bahwa konstruk E-WOM terdiri atas *review quantity* dan *review valance*.

1) *Review Quantity*

*Review quantity* mengacu pada tingkat kuantitas dari pernyataan sebuah pesan. Konsumen dapat melihat frekuensi pada suatu *review* produk atau jasa tertentu guna mengetahui apakah suatu produk/jasa tersebut populer atau tidak dan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan. Jadi, ketika konsumen membaca lebih banyak jumlah ulasan, mereka lebih mudah terbujuk oleh fakta (Tsao et al., 2015). Tidak hanya itu saja, tingkat minat seseorang juga akan meningkat ketika melihat jumlah ulasan konsumen online. Maka dari itu, jumlah *review* membuat konsumen menjadi lebih percaya diri dalam mengambil keputusan.

2) *Review Valance*

*Review valance* adalah pernyataan positif atau negatif dalam sebuah pesan. Apabila pesan tersebut positif maka dikaitkan dengan pengalaman konsumen yang memuaskan. Sedangkan pesan negatif maka dianggap keluhan dari pelanggan. E-WOM negatif juga menandakan bahwa untuk memberikan peringatan kepada orang lain agar tidak menggunakan produk atau jasa tertentu.

**d. Cyber Crime**

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah memunculkan adanya *cyberspace* (ruang siber) yakni sebuah dunia komunikasi dengan berbasis komputer dalam realitas virtual atau yang disebut dengan internet. Melalui perkembangan teknologi dan jaringan internet telah membawa kemudahan dan manfaat yang besar bagi manusia. Seperti halnya untuk

membantu perusahaan, pemerintahan dan lain sebagainya. Akan tetapi, teknologi tersebut tidak selamanya memberikan manfaat. Ada kalanya kemajuan teknologi membawa konsekuensi yang negatif dimana terdapat pihak yang menyalahgunakan teknologi tersebut dan akan berdampak pada kerugian pada pihak lain. Penyalahgunaan teknologi yang terjadi pada *cyberspace* tersebut kemudian dikenal dengan sebutan *cyber crime*.

*Cyber crime* merupakan aktivitas kriminal yang dilakukan melalui penggunaan komputer dan/atau jaringan internet sebagai objek dan sasaran terjadinya kejahatan *cyber*. Menurut Qutub (2014), *cyber crime* diartikan sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan penyalahgunaan penggunaan jaringan komputer berteknologi digital ataupun tindakan kriminal berteknologi tinggi. Jadi, kejahatan siber muncul sebagai sebab akibat dari penyalahgunaan jaringan komputer dan internet (Qutub, 2014).

a) Jenis Cyber Crime

Sementara itu, kejahatan siber (*cyber crime*) dapat dibedakan berdasarkan jenis kegiatannya diantaranya adalah sebagai berikut (Sobri et al., 2017):

1) *Unauthorized Access to Computer System and Service*

Jenis kejahatan *cyber* ini dilakukan dengan secara tidak sah menyusup kedalam sistem jaringan komputer dan tanpa sepengetahuan dari pemilik sistem jaringan komputer yang dengan sengaja menyabotase atau mencuri informasi penting (Maskun, 2013).

2) *Illegal Contents*

*Illegal contents* merupakan tindak kejahatan yang dilakukan di internet dengan memasukkan data atau informasi yang tidak dapat dibenarkan, tidak etis, mengganggu ketertiban umum, dan bertentangan dengan hukum. Contoh kejahatan siber *illegal contents* adalah penyebaran berita *hoax* atau fitnah yang dapat menyebabkan rusaknya martabat atau harga diri atau kelompok tertentu (Sobri et al., 2017).

3) *Data Forgery*

*Data forgery* adalah tindak pemalsuan data terhadap dokumen-dokumen penting yang terjadi di internet. Pada umumnya, dokumen tersebut dimiliki oleh institusi atau lembaga yang memiliki *database website*. Kejahatan tersebut juga menyebabkan data tersebut seolah-olah terdapat kesalahan (Sobri et al., 2017).

4) *Cyber Espionage*.

Jenis kejahatan *cyber* ini dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi yang bersifat rahasia dari pihak yang dirugikan. Informasi tersebut dikumpulkan melalui kegiatan mata-mata terhadap pihak lain, dengan mengakses kedalam sistem jaringan komputer terhadap pihak target. Pada umumnya jenis kejahatan *cyber espionage* terjadi pada persaingan bisnis (Sobri et al., 2017).

5) *Infringements of Privacy*

*Infringements of privacy* merupakan bentuk kejahatan *cyber* yang menyerang terhadap informasi sensitif atau penting dan bersifat rahasia. Kejahatan ini biasanya dilakukan dengan cara mengincar informasi pribadi seseorang yang disimpan secara *computerized*. Sehingga apabila jika diketahui oleh orang lain maka dapat menyebabkan kerugian secara material maupun non-material (Sobri et al., 2017).

6) *Fraud*

*Fraud* yaitu memanipulasi informasi dengan tujuan untuk mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya. Pada umumnya *fraud* dilakukan dengan cara memanipulasi informasi keuangan. Misalnya terdapat situs lelang yang fiktif (Sobri et al., 2017).

7) *Malware (Malicious Software)*

Tindak kejahatan siber berupa malware dilakukan dengan menyusupi program virus atau *malware* yang menyerang pada

jaringan sistem keamanannya lemah. Bahkan penyebaran virus ini bukan hanya terjadi pada komputer saja, melainkan dapat terjadi pada aplikasi *smartphone* yang memiliki aplikasi berkestensi (.*Apk* dan .*Pdf*).

8) *Carding*

Tindak kejahatan ini dilakukan dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi komputer guna melakukan transaksi dengan menggunakan kartu kredit orang lain yang menyebabkan kerugian pada korban baik secara material maupun immaterial (Sobri et al., 2017).

9) *Phising*

*Phising* merupakan cara bagi penjahat untuk mendapatkan informasi pribadi dari korban dengan mengirimkan email yang seakan-akan berasal dari organisasi yang sah (Marion & Twede, 2020). Tindakan penipuan yang dilakukan dengan mengirimkan sebuah yang berisi pesan untuk mengajak korban melakukan kegiatan berbagai hal.

10) *Card Skimming*

*Card Skimming* adalah jenis penipuan yang memanfaatkan kartu dimana penipu menggunakan perangkat elektronik kecil yang disebut dengan *skimmer* untuk mencuri informasi kartu kredit atau debit (Krishna, 2019). Umumnya tindakan *skimming* terjadi di mesin ATM yakni dengan memasang *card trapping drive* ke dalam tempat slot kartu ATM sehingga dapat memuat informasi mengenai data dalam kartu ATM dan secara otomatis akan tersimpan (Kusuma, 2019).

11) *Hacking dan Cracker*

*Hacking dan cracking* merupakan kegiatan kejahatan siber yang dilakukan dengan cara menerobos komputer pihak lain. Kejahatan siber ini dilakukan dengan mengambil alih akun milik

orang lain, meretas situs web, dan menyebarkan virus (Kusuma, 2019).

b) Pencegahan dan Penanggulangan *Cyber Crime*

Tindak kejahatan siber dapat berdampak pada kerugian materiil maupun non materiil. Sehingga diharapkan dengan adanya korban kejahatan siber dapat menjadi pengalaman dan sekaligus pembelajaran bagi orang lain. Melalui pengalaman yang didapatkan sehingga kita dapat mengetahui cara mencegah dan menanggulangi kejahatan siber (Arifah, 2011):

- 1) *Educate User* yakni berkaitan dengan membagikan sebuah pengetahuan baru terkait dengan kejahatan siber dan dunia maya.
- 2) *Use hacker's perspective* merupakan isi pemikiran pada pihak hacker untuk melindungi sistem.
- 3) *Patch System* adalah menutup di celah kelemahan dan kekurangan pada sistem.
- 4) *Policy* yaitu menentukan kebijakan dan aturan dalam melindungi system.

Menurut Arifah dalam Rahmah (2018), terdapat beberapa cara penanggulangan untuk mengatasi cyber crime diantaranya adalah:

- 1) Melakukan perubahan dan menyesuaikan terkait dengan hukum pidana nasional beserta hukum acaranya yang disesuaikan dengan konvensi internasional.
- 2) Meningkatkan sistem keamanan jaringan komputer dan diselaraskan dengan standar internasional.
- 3) Meningkatkan pemahaman mengenai upaya pencegahan, investigasi, dan penuntutan perkara yang berkaitan dengan kejahatan siber.
- 4) Meningkatkan kesadaran warga negara akan pentingnya dalam mengatasi masalah *cyber crime*.
- 5) Meningkatkan kepercayaan melalui kepastian hukum untuk melindungi kepentingan.

- 6) *Firrewall* merupakan sistem keamanan pada jaringan komputer yang berfungsi untuk mencegah dan melakukan monitoring terhadap akses yang dianggap ilegal dan berperan sebagai pelindung dari berbagai virus, malware, dan lain sebagainya.
- 7) Antivirus berfungsi untuk mendeteksi dan menghapus virus.

c) Hambatan

Berikut beberapa hambatan yang dihadapi oleh para penyidik dalam mengatasi adanya *cyber crime*, diantaranya adalah:

- 1) Perangkat hukum yang belum memadai Tidak adanya perangkat hukum yang mengatur mengenai kejahatan siber sehingga menjadi hambatan. Maka dari itu, penyidik diperlukan untuk melakukan analogi atau menyamakan terhadap pasal-pasal yang terdapat dalam KUHP.
- 2) Kemampuan penyidik Pada umumnya kemampuan para penyidik (POLRI) dalam pemahaman mengenai operasi komputer sangat mini seperti:
  - i) Minimnya pengetahuan mengenai komputer;
  - ii) Keterbatasan pengetahuan mengenai teknis dan pengalaman dalam menangani kasus kejahatan siber;
  - iii) Sistem pembuktian yang kurang mendukung.
- 3) Alat bukti Alat bukti sering kerap kali menjadi hambatan dalam proses penyidikan. Hal tersebut dikarenakan persoalan bukti yang menggunakan komputer atau sistem internet dapat disembunyikan oleh pelaku. Selain itu, saksi *cybercrime* dilakukan tanpa saksi dan apalagi saksi korban berada jauh di luar negeri sehingga dapat menyulitkan penyidik dalam proses pemeriksaan.
- 4) Fasilitas komputer forensik Hambatan dalam penyidikan juga dikarenakan belum terdapat fasilitas komputer forensik yang dimiliki oleh POLRI. Forensic computing dibutuhkan untuk mengungkapkan bukti dalam bentuk soft copy guna membuktikan jejak para hacker dan cracker.

#### e. Minat

Menurut Crow dan Crow dalam Trygu (2021), minat merupakan daya dorong seseorang yang mampu memunculkan perhatian terhadap objek tertentu atau orang lain. Kemudian Holland menjelaskan bahwa minat adalah kegiatan yang dapat membangun perasaan keingin tahuan, ketertarikan, dan memberi kesenangan atau kenikmatan. Sementara itu, Muti'ah et al. dalam Trygu (2021) mendefinisikan minat sebagai rasa suka dan ketertarikan yang memunculkan rasa keinginan dan memiliki kecenderungan untuk memperhatikan dengan perasaan yang senang dan penuh kesadaran serta tanpa adanya rasa keterpaksaan (Trygu, 2021).

Minat adalah keinginan untuk berperilaku terhadap objek, aktivitas, atau pengalaman tertentu. Minat juga dapat diartikan sebagai perasaan suka atau ketertarikan terhadap sesuatu atau suatu kegiatan. Minat dapat muncul secara spontan atau tidak terencana, selektif, alamiah, dan tanpa adanya unsur pemaksaan. Minat muncul ketika seseorang menaruh perhatian terhadap suatu objek yang diminati. Minat ditunjukkan dalam tindakan orang tersebut, yaitu mencoba berusaha ketika ingin mendapatkan informasi yang lengkap. Kemudian, seseorang tersebut menyesuaikan dengan kondisi yang ada dan berusaha memperhatikannya (Astawa, 2017).

Woolfolk dalam Firdawati (2021) membagi minat menjadi 2 (dua) jenis diantaranya adalah:

##### 1) Minat Bawaan/Personal

Minat bawaan atau personal merupakan minat seseorang yang muncul tanpa adanya pengaruh dari lingkungan sekitar atau dengan kata lain minat yang tumbuh dengan sendirinya dalam diri seseorang. Menurut Firdawati, minat personal atau individu merupakan bagian yang terpendam dalam diri seseorang (Firdawati, 2021).

##### 2) Minat Situasional

Berbeda halnya dengan minat personal, pada jenis minat situasional adalah minat yang timbul karena adanya faktor eksternal atau lingkungan sekitar. Minat situasional lebih memiliki dampak dalam

menentukan situasional karena lingkungan dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap ketertarikannya (Firdawati, 2021).

Menurut Samsudin dalam Trygu (2000), minat terbagi atas 2 (dua) kelompok yakni:

1) Minat Spontan

Minat spontan merupakan minat yang tumbuh tanpa direncanakan secara langsung. Minat spontan adalah reaksi yang didapatkan secara langsung terhadap sesuatu apabila seseorang mengalami sesuatu. Sebagai contoh adalah seseorang yang sedang merasa lapar, maka secara langsung dia memiliki niat untuk makan dan akan mencari makan ketika lapar tanpa disuruh.

2) Minat yang Disengaja

Minat yang disengaja berarti minat yang ditumbuhkan atau dibangkitkan. Contoh dari minat yang disengaja adalah apabila terdapat individu yang sudah makan, akan tetapi dia ikut makan lagi sebab orang disekitarnya sedang makan dan ditawarkan oleh orang lain.

Menurut Dewa Ketut dalam Trygu (2023), minat dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) kriteria diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Minat yang Diekspresikan (*Expressed Interest*)

Minat ini mampu diekspresikan oleh seorang individu ketika tertarik dengan sesuatu. Ekspresi tersebut dapat berupa kata-kata tertentu.

2) Minat yang diwujudkan (*Manifest Interest*)

Apabila *expressed interest* diekspresikan dengan sebuah kata-kata maka minat yang diwujudkan berarti dengan melakukan sebuah perbuatan atau tindakan tertentu. Seseorang akan berpartisipasi dan berperan aktif dalam mewujudkan keinginannya.

3) Minat yang diinvestarisasikan (*Inventoried Interest*)

Minat yang dapat diukur dan dievaluasi melalui kegiatan menjawab sejumlah pertanyaan tertentu atau membuat pilihan untuk serangkaian kelompok aktivitas tertentu (Zulfajri et al., 2021).



Menurut Ferdinand dalam Simanihuruk et al. (2023) menjelaskan bahwa terdapat beberapa indikator pada minat konsumen yaitu:

1) Minat Transaksional

Minat transaksional merupakan keinginan seseorang untuk membeli atau menggunakan produk (Simanihuruk et al., 2023).

2) Minat Referensial

Minat seseorang untuk mereferensikan atau merekomendasikan produk kepada orang lain (Simanihuruk et al., 2023). Minat referensial ditunjukkan kepada seseorang yang memiliki keinginan untuk menyarankan untuk membeli atau menggunakan produk yang sama kepada orang lain.

3) Minat Preferensial

Minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang memungkinkan untuk menjadikan suatu produk sebagai pilihan utama produk yakni mengutamakan salah satu produk daripada produk yang lain (Simanihuruk et al., 2023).

4) Minat Eksploratif

Minat eksploratif yakni menggambarkan perilaku seseorang untuk mencari informasi terkait dengan produk yang diminatinya.

**f. Mobile Banking**

*Mobile banking* atau bisa disingkat dengan M-Banking merupakan bagian dari integrasi layanan perbankan digital berupa *mobile application* yang dapat digunakan oleh nasabah melalui *smartphone/handphone* dengan syarat harus terkoneksi dengan internet (Zulfajri et al., 2021). Kemudian, menurut Alkhowaiter (2020) memberikan definisi mengenai *mobile banking* yakni sebagai salah satu kegiatan atau aktivitas perbankan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi digital atau internet. Layanan ini tersedia berbagai menu dan fitur layanan yang dapat digunakan oleh nasabahnya. Seperti fitur transfer, pembayaran, *e-commerce*, Q-RIS dan lain sebagainya. Untuk dapat menggunakan layanan *mobile banking*,

nasabah perlu registrasi terlebih dahulu di bank. Kemudian nasabah dapat mengunduh aplikasi *mobile banking* melalui *smartphone*.

*Mobile banking* merupakan salah satu solusi yang ditawarkan kepada nasabah karena kemudahan dalam mengaksesnya apabila dibandingkan dengan SMS banking. Adapun keunggulan yang diperoleh dari penggunaan M-banking diantaranya yaitu (Nasution et al., 2019).

- 1) Transaksi lebih mudah dan fleksibel karena tanpa kartu/cardless.
- 2) Tersedianya fitur transaksi dan riwayat transaksi yang lengkap.
- 3) Transaksi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun.

Sementara itu, terdapat beberapa kelemahan pada layanan *mobile banking* diantaranya adalah (Nasution et al., 2019):

- 1) Kondisi jaringan internet harus stabil.
- 2) Harus diakses dengan *smartphone* yang memiliki spesifikasi tertentu.
- 3) Rentan terkena kejahatan siber.

*Mobile banking* adalah hasil dari pengembangan teknologi aplikasi *mobile* yang diterapkan dalam dunia bisnis atau komersial. Layanan perbankan ini memadukan teknologi informasi dengan aplikasi bisnis secara bersamaan. Melalui *m-banking*, nasabah dapat menggunakan alur transaksi hingga 24 jam dalam sehari guna kepentingan transaksi keuangan. Sehingga melalui *mobile banking*, nasabah tidak harus datang ke kantor cabang bank terdekat yang menjadikan lebih efisien dan fleksibel.

### C. Landasan Teologis

#### a. *Facilitating Conditions* dalam Perspektif Islam

Perkembangan teknologi yang semakin maju telah memunculkan berbagai inovasi baru dan memberikan kemudahan bagi individu maupun organisasi. Kemajuan teknologi juga sudah dirasakan langsung pada sektor perbankan yang mampu menciptakan sebuah inovasi yang menggabungkan teknologi dengan keuangan. Kemajuan tersebut ditandai dengan munculnya *digital banking* seperti disediakan layanan *mobile banking*. Maka dari itu, sudah seharusnya dengan adanya perkembangan teknologi tersebut menjadikan masyarakat harus selektif. Artinya masyarakat harus mampu

memanfaatkan kondisi fasilitas yang ada dengan baik dan sebijak mungkin sesuai dengan kegunaannya. Bahkan diharapkan agar terus melakukan inovasi ataupun menciptakan sesuatu hal yang baru. Hal ini dapat didasarkan pada firman Allah SWT dalam QS. Al-Anbiya' (21): 80:

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِيُحْصِنَكُمْ مِنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya: “Dan Kami ajarkan (pula) kepada Dawud cara membuat baju besi untukmu, guna melindungi kamu dalam peperangan. Apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?” (QS. Al-Anbiya (21): 80).

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa Allah telah memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada Nabi Daud agar dapat membuat baju yang terbuat dari besi untuk melindungi dirinya saat dalam peperangan. Pada ayat tersebut juga menganjurkan kepada umat manusia agar dapat berkreasi atau berinovasi dalam menciptakan sesuatu yang baru terkait dengan alat yang dapat memudahkan dalam kehidupan sehari-harinya. Maka dari itu, sudah seharusnya sebagai seorang muslim dapat memanfaatkan fasilitas dengan sebaik mungkin dari apa yang telah Allah berikan kepada umatnya. Dalam kegiatan muamalah, teknologi dapat dimanfaatkan sebagai alat pembayaran elektronik berupa *mobile banking* ataupun scan QR. Hal tersebut bertujuan agar mampu meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya pemanfaatan sebuah teknologi.

#### b. *Electronic Word of Mouth* dalam Perspektif Islam

*Electronic word of mouth* merupakan sebuah proses komunikasi yang dimana terdapat proses penerimaan dan pengiriman sebuah informasi melalui internet. Dalam pandangan Islam, komunikasi tersebut harus dilakukan sesuai dengan tatanan nilai yang berlaku dan harus sopan. Seperti tertuang Pada QS. Al-Ahzab ayat 70 yang menjelaskan mengenai perintah untuk melakukan komunikasi yang benar:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar (QS. Al-Ahzab: 70).

Dalam ayat ini dijelaskan bahwa Allah memerintahkan hambanya supaya bertakwa kepadanya yakni menjauhi segala larangannya dan menjalankan perintahnya. Kemudian, Allah memerintahkan kepada orang-orang yang beriman supaya berkata dengan jujur dan tidak menyimpang pula. Dalam pandangan Islam, apabila dikaitkan dengan *Electronic Word of Mouth* yang merupakan bagian dari proses komunikasi pemasaran, maka diperintahkan agar seseorang dalam mempromosikan suatu produk atau jasa dilakukan dengan apa adanya dan jujur tanpa ada menutupi segala kekurangannya.

#### c. *Cyber Crime* dalam Pandangan Islam

Sementara itu, terdapat landasan teologis dalam variabel *cyber crime* yakni sebagaimana pada firman Allah SWT QS Al-Maidah: 38

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءُ بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَزِيزٌ  
حَكِيمٌ

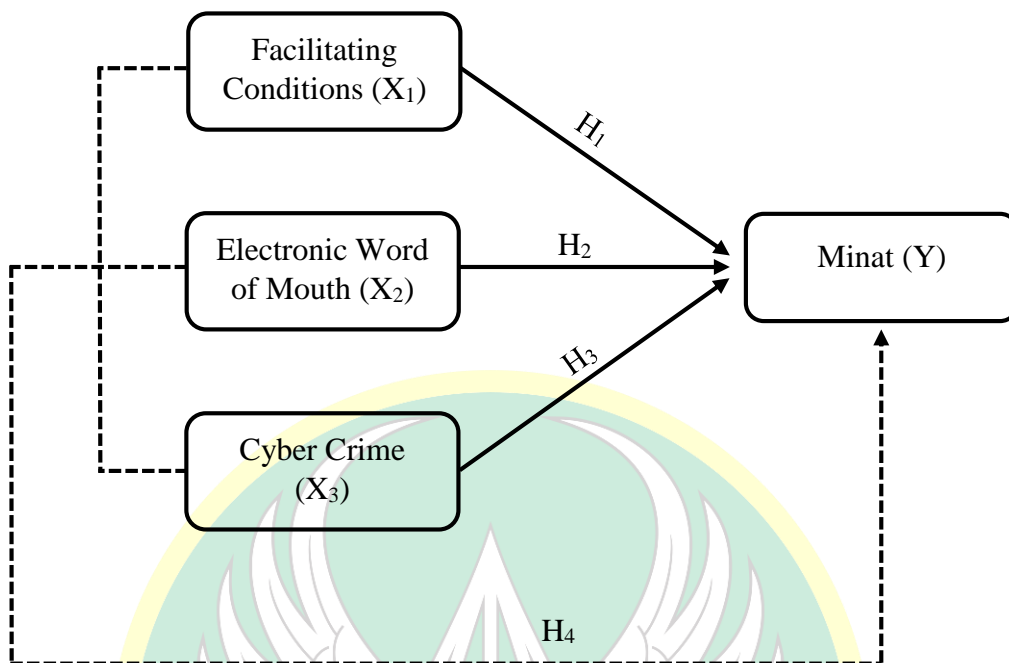
Artinya: “Adapun orang laki-laki maupun perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai) balasan atas perbuatan yang mereka lakukan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana. (QS. Al-Maidah (5): 38)

Pada QS Al-Maidah ayat 38 dijelaskan bahwa Allah dengan tegas melarang orang yang mencuri baik itu untuk laki-laki maupun perempuan. Begitu juga dengan kejahatan siber juga merupakan salah satu perbuatan yang melanggar perintah Allah. Kejahatan siber sering membuat kekacauan di masyarakat sekitar dan bahkan dapat menyebabkan kerugian pada salah satu pihak seperti halnya pencurian data pribadi ataupun pencurian uang nasabah dengan memanfaatkan teknologi komputer. Maka dari itu, kejahatan siber seperti pencurian yang dilakukan secara diam-diam melalui jaringan komputer merupakan salah satu kegiatan yang dilarang oleh Allah

#### D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas maka pengaruh *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap minat masyarakat

Purwokerto untuk menggunakan *mobile banking* (BSI Mobile) dapat digambarkan pada kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**Keterangan:**

- : Menunjukkan pengaruh secara parsial
- - - - - : Menunjukkan pengaruh secara simultan

**E. Rumusan Hipotesis**

Berdasarkan pemaparan teori yang didukung pada penelitian sebelumnya dan rumusan masalah telah ditetapkan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan *Mobile Banking*

*Facilitating conditions* adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap kondisi fasilitas yang dapat mendukung terhadap penggunaan teknologi. Sehingga nantinya diduga dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap penggunaan aplikasi BSI Mobile, jika kondisi fasilitas semakin mendukung dalam penggunaan *mobile banking* maka dapat diasumsikan akan terjadi peningkatan pada keinginan masyarakat terhadap penggunaan

*mobile banking*. Hal ini searah dengan hasil penelitian yang telah ditemukan oleh Ferghyna et al. (2020) yang menjelaskan bahwa variabel *facilitating conditions* secara signifikan dapat mempengaruhi terhadap minat seseorang dalam penggunaan layanan BNI Mobile. Selanjutnya terdapat temuan hasil penelitian yang dikemukakan oleh Susilowati et al. (2021) memperlihatkan terdapat faktor utama seperti halnya *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi), *hedonic motivation*, dan kebiasaan (*habit*) dapat mempengaruhi niat perilaku nasabah untuk mengadopsi atau menggunakan layanan m-banking BCA.

Kemudian diperoleh hasil penelitian dari Iskandar et al. (2020) dengan judul “Analysis Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach” menunjukkan hasil penelitian bahwa *facilitating conditions* didapati mampu mempengaruhi niat perilaku dalam penggunaan *mobile banking*. Dengan demikian, dapat diprediksi bahwa *facilitating conditions* didapati menjadi salah satu hal yang mampu mempengaruhi minat individu atau seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Dari teori tersebut maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh antara *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

**H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

## 2. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan *Mobile Banking*

*Electronic word of mouth* (E-WOM) merupakan bagian dari proses komunikasi yang melibatkan penerimaan dan pengiriman informasi melalui media elektronik/internet untuk menciptakan suatu berita dan penilaian baik dalam bentuk pernyataan positif maupun negatif. E-WOM dapat mencakup *rating* (peringkat) dan *review* yang dimana termasuk dalam penilaian yang

berasal dari seseorang atau konsumen. Jadi, apabila *rating* dan *review* semakin baik dan positif maka akan memotivasi individu untuk menggunakan *mobile banking*. Adapun penelitian terdahulu yang sejalan dengan pernyataan tersebut yakni dari Petrovic et al. (2020), menegaskan bahwa eWOM (interaksi timbal balik antar pengguna *mobile banking*) mempengaruhi niat individu untuk menggunakan *mobile banking*.

Kemudian mengutip dari Amartya & Bestari (2022) menunjukkan terdapat pengaruh secara signifikan antara *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap minat penggunaan aplikasi dan keputusan pembelian Sociolla. Menurutnya konten yang dikemas dengan semakin menarik dan informatif maka dengan begitu dapat menggugah audien untuk menyebarkan informasi (Amartya & Bestari, 2022). Selain itu, penelitian dari Affiatusholihah et al. (2022) memperlihatkan bahwa *electronic word of mouth* (E-WOM), perspektif/sudut pandang terkait dengan kemanfaatan, kegunaan, dan kemudahan berpengaruh terhadap minat dalam penggunaan aplikasi investasi *crypto*. Berdasarkan pada kajian penelitian terdahulu maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

**H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

3. Pengaruh *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan *Mobile Banking*

*Cyber crime* adalah tindakan melawan hukum yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi internet. Adapun bentuk kejahatan *cyber* adalah pencurian data, *illegal contents*, dan penipuan. Jadi apabila kejahatan *cyber* tidak ada perlindungan hukum dan banyak merugikan nasabah maka dapat mempengaruhi niat seseorang untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Adapun hasil penelitian dari Pratiwi dan Sukarnasih (2020) menunjukkan

hasil bahwa, secara signifikan penggunaan *internet banking* dan perlindungan nasabah pengguna fasilitas *internet banking* mempengaruhi kejahatan siber di Masyarakat Denpasar Selatan.

Tidak hanya itu terdapat penelitian dari Apau dan Koranteng (2019) yang menyatakan bahwa *cyber crime perception*, kepercayaan, *subjective norm* dan *perceived behavioral control* memiliki pengaruh terhadap perilaku dan niat konsumen untuk menggunakan *e-commerce*. Kemudian Arofah & Priatnasari (2020) menyatakan bahwa, penggunaan *internet banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap terjadinya kejahatan siber di Wilayah Tegal Dengan demikian, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

**H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

4. Pengaruh Simultan *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth*, dan *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile)

Pengaruh *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* dapat saling berhubungan satu sama lain.

**H<sub>0</sub> : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**

**H<sub>4</sub> : Terdapat pengaruh secara simultan antara *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), metode kuantitatif yakni suatu penelitian dengan berpacu pada filsafat positivisme yang memiliki tujuan untuk menguji suatu sampel dan populasi tertentu. Dalam penelitian kuantitatif, pengumpulan data dapat dilangsungkan dengan melibatkan penggunaan alat instrumen penelitian dan analisis data bersifat kuantitatif/statistika yang tujuannya guna membuktikan hipotesis yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2022). Menurut Creswell dalam Kusumastuti et al. (2020) tujuan dari penelitian kuantitatif yakni untuk membuktikan teori tertentu dengan cara meninjau hubungan antar variabel.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di wilayah Purwokerto. Adapun alasan untuk memilih tempat atau wilayah tersebut sebagai penelitian karena masyarakat Purwokerto masih banyak yang belum menjadi bagian nasabah bank Syariah. Selain itu, masyarakat Purwokerto sering kerap kali memiliki permasalahan terkait dengan kendala jaringan internet dan seringnya mengalami tindakan kejahatan digital. Sementara itu, untuk pelaksanaan penelitian dilakukan pada Tanggal 1 Mei 2023 sampai dengan 3 Juli 2023.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini mencakup seluruh masyarakat Purwokerto yang belum ataupun sudah menggunakan layanan perbankan digital berupa *mobile banking* (BSI Mobile). Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan *sampling insidental* atau *accidental sampling*. Menurut Sugiyono (2022), *sampling insidental* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara kebetulan bertemu dengan responden, yakni siapa pun yang secara tidak terduga dan dirasa cocok sebagai sumber informasi maka dapat digunakan sebagai sampel. Kemudian untuk mengetahui jumlah sampel secara pasti dapat menggunakan rumus Lemeshow. Hal ini disebabkan populasi pada masyarakat Purwokerto belum diketahui secara pasti dan diperkirakan jumlah populasi

penduduk kian bertambah dari tahun ke tahun. Dengan demikian, rumus Lemeshow digunakan untuk menentukan jumlah sampel ketika jumlah populasi pada penelitian tidak pasti dan diperkirakan akan terus berubah (Riyanto & Hatmawan, 2020). Adapun Rumus Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2_{1-\alpha/z} P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$z$  = Nilai standart atau skor  $z$  pada kepercayaan 95% = 1,96

$P$  = Maksimal estimasi = 50% (0,5)

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

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan pada hasil perhitungan rumus Lemeshow, ditetapkan bahwa jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 96,04. Kemudian peneliti membulatkannya menjadi 100 responden.

#### D. Variabel dan Indikator Penelitian

##### a. Variabel Bebas

Variabel bebas atau dalam istilah asing disebut dengan *independent variable* dapat diartikan sebagai variabel yang mempengaruhi dan menjadi penyebab terjadinya suatu perubahan atau munculnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas terkadang dimanipulasi, diamati dan diukur untuk mengetahui hubungan atau pengaruh terhadap variabel lain (Kusumastuti et al., 2020). Variabel bebas dalam penelitian ini yakni:

- 1) *Facilitating conditions* sebagai  $X_1$ ;
- 2) *Electronic word of mouth* (E-WOM) sebagai  $X_2$ ; dan
- 3) *Cyber crime* sebagai  $X_3$ .

##### b. Variabel Terikat

Variabel terikat (variabel dependen) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh atau menjadi akibat dari keberadaan variabel bebas

(*independent*) (Sugiyono, 2022). Pada penelitian ini terdapat satu variabel dependen yakni Minat Masyarakat sebagai Y.

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
1	2	3	4
<b>Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)</b>	<i>Facilitating Conditions</i> adalah tingkat keyakinan individu terhadap dukungan atau sumber daya yang tersedia untuk menggunakan sebuah teknologi (Tusyanah, 2022).	Ketersediaan Sumber Daya (Ferghyna et al., 2020)	Saya mempunyai sumber daya pendukung yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile (Misalnya: <i>smartphone</i> , internet, dan kartu memori) (Shantika et al., 2022).
		Pengetahuan (Ferghyna et al., 2020)	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile (Shantika et al., 2022).
		Keterampilan Pengguna (Chandra & Novita, 2020)	Saya memiliki keterampilan TI yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile (Khoirunnisak, 2016).
		Panduan Penggunaan	Saya mendapatkan panduan yang dibutuhkan dalam

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
1	2	3	4
		(Ferghyna et al., 2020)	menggunakan BSI Mobile (Bashir, 2020).
		Bantuan (Khairiyah, 2017)	Terdapat tenaga ahli/layanan <i>call center</i> yang dapat membantu ketika saya mengalami kesulitan dalam mengakses BSI Mobile (Utama, 2021).
		<i>Compatibility</i> (Ferghyna et al., 2020)	Saya merasa BSI Mobile memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan saya (Khoirunnisak, 2016).
			Saya merasa bahwa BSI Mobile merupakan satu satunya yang kompatibel dengan perangkat elektronik saya (Khoirunnisak, 2016).
<b>Electronic Word of Mouth (X<sub>2</sub>)</b>	<i>Electronic Word of Mouth</i> (E-WOM) adalah penilaian yang dapat	<i>Concern for others</i> (Supryadi & Sutanto, 2018)	Melalui <i>rating</i> dan ulasan di Google Play Store, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan pada BSI

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
	diungkapkan oleh konsumen baik dalam bentuk pernyataan ataupun simbol tertentu yang dapat diakses oleh orang lain dan lembaga melalui internet (Giantari & Sukawati, 2023).		Mobile (Supryadi & Sutanto, 2018).
			Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan user untuk menggunakan BSI Mobile (Supryadi & Sutanto, 2018).
			Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya mendapatkan rekomendasi terkait dengan penggunaan BSI Mobile (Supryadi & Sutanto, 2018).
		<i>Expressing positive feelings</i> (Supryadi & Sutanto, 2018)	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya mendapatkan informasi bahwa BSI Mobile merupakan pilihan yang tepat untuk

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
			digunakan (Supryadi & Sutanto, 2018).
			Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat menggunakan BSI Mobile (Supryadi & Sutanto, 2018).
		<i>Helping the company</i> (Supryadi & Sutanto, 2018)	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, pihak bank dapat memantau kritik dan saran yang disampaikan <i>user</i> sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam meningkatkan pelayanan pada BSI Mobile (Supryadi & Sutanto, 2018).
		<i>Platform Assistance</i> (Azhar et al., 2021)	Saya merasa bahwa <i>rating</i> dan ulasan di Google Play Store menjadi media yang

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
			efektif dan mempermudah saya untuk bertukar informasi (Supryadi & Sutanto, 2018).
		<i>Information Usefulness</i> (Kamilah, 2020)	Saya merasa informasi yang disebarkan oleh pengguna BSI Mobile di Google Play Store umumnya bermanfaat dan informatif (Kamilah, 2020).
		<i>Review Valence</i> (Kamilah, 2020)	Semakin banyak ulasan positif yang dibagikan sangat mungkin bagi saya untuk menggunakan BSI Mobile (Kamilah, 2020).
			Semakin sedikit ulasan negatif yang dibagikan sangat mungkin bagi saya untuk menggunakan BSI Mobile (Kamilah, 2020).

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
1	2	3	4
<b>Cyber Crime (X<sub>3</sub>)</b>	Cyber crime merupakan tindak kejahatan yang dengan sengaja melawan hukum dengan memanfaatkan jaringan komputer atau internet sebagai tempat kejahatan (Arifah., 2011).	Terjadinya <i>cyber crime</i> (Rahmah, 2018)	Saya sudah pernah mengalami kejahatan <i>cyber</i> khususnya dalam dunia perbankan (Rahmah, 2018).
			Saya pernah mengalami <i>cyber crime</i> berupa <i>hacking</i> , penipuan, <i>phising</i> , <i>ransomware</i> ataupun lainnya (Rahmah, 2018).
		Kepercayaan (Rahmah, 2018)	Saya merasa takut dengan adanya kejahatan <i>cyber</i> pada <i>mobile banking</i> (Sari, 2021).
		Tindak lanjut pihak bank (Rahmah, 2018)	Bank menindaklanjuti dengan cepat kejahatan <i>cyber</i> (Rahmah, 2018).
		Perlindungan dari kejahatan cyber (Rahmah, 2018)	Bank memberikan perlindungan yang tepat bagi nasabahnya (Fitri, 2021).
			Bank seharusnya melakukan evaluasi



Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
			apabila terjadi kejahatan <i>cyber</i> yang merugikan nasabahnya (Rahmah, 2018).
			Bank selalu memberikan sosialisasi mengenai kejahatan cyber kepada nasabah (Rahmah, 2018).
		Pengetahuan (Sari, 2021)	Saya mengetahui adanya unsur penipuan pada pesan spam ataupun iklan dari akun palsu perbankan (Contohnya: pesan meminta uang, mendapatkan hadiah dan meminta data pribadi) (Sari, 2021).
			Apabila menerima pesan yang mencurigakan terkait dengan verifikasi registrasi password dan aktivasi data, akan sangat berguna jika menghubungi pihak

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
1	2	3	4
			<i>customer service</i> bank secara langsung (Sari, 2021).
Minat (Y)	Minat merupakan ketertarikan atau keinginan terhadap objek tertentu (Trygu, 2021)	Transaksional (Simanihuruk et al., 2023)	Saya berminat untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI Mobile (Widianingrum, 2021).
		Eksploratif (Simanihuruk et al., 2023)	Saya berminat untuk mencari tahu informasi mengenai fitur layanan BSI Mobile (Widianingrum, 2021).
		Preferensial (Simanihuruk et al., 2023)	Saya berminat menggunakan BSI Mobile dibandingkan dengan layanan <i>mobile banking</i> lainnya (Setiawardani & Riyanto, 2023).
			Saya menempatkan BSI Mobile menjadi pilihan pertama dalam memilih layanan keuangan digital (Silitonga, 2022).

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
1	2	3	4
			Saya lebih memilih untuk menggunakan <i>mobile banking</i> yang disarankan oleh pengguna <i>Google Play Store</i> dengan ulasan yang positif (Salsabila & Paranita, 2020).
		Referensi (Simanihuruk et al., 2023)	Saya berminat mereferensikan BSI Mobile kepada orang (Simanihuruk et al., 2023).
		Keinginan menggunakan <i>mobile banking</i> di masa datang (Sari, 2020)	Saya berminat menggunakan BSI Mobile di masa yang akan datang (Sari, 2020).
		Keinginan selalu mencoba menggunakan (Prasetya & Putra, 2020)	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan BSI Mobile (Prasetya & Putra, 2020).

## E. Pengumpulan Data

### a. Observasi Terstruktur

Observasi adalah suatu proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap objek yang diamati. Dalam prosesnya penelitian ini menggunakan bentuk observasi terstruktur. Hal ini dikarenakan peneliti

sudah mengetahui jenis variabel yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2022), observasi terstruktur dapat diartikan sebagai teknik pengamatan yang telah disusun secara terstruktur dan sistematis yakni mulai dari objek, waktu dan tempat penelitian dilakukan.

b. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah suatu kegiatan pengumpulan data penelitian dengan mendistribusikan sebuah pernyataan ataupun pertanyaan secara tertulis yang diajukan kepada penjawab atas pertanyaan/pernyataan yang diajukan. Kuesioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan tertutup yakni pertanyaan yang tidak memberikan peluang bebas untuk memberi jawaban atau membatasi jawaban. Kemudian kuesioner diberikan kepada responden melalui google formulir atau secara online dan secara offline. Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang tujuannya untuk menilai dari perspektif sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap fenomena sosial. Berikut disajikan tabel 3.2 mengenai skala likert.

**Tabel 3.2 Skala Likert**

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**F. Sumber Data**

a. Sumber Primer

Sumber data primer (*primary data sources*) adalah pengumpulan data secara langsung. Jadi, peneliti dalam mengumpulkan datanya dilakukan secara langsung yang bertujuan untuk menjawab tujuan dari penelitian dan rumusan masalah. Data primer pada penelitian ini yakni berupa angket atau kuesioner yang berkaitan dengan *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* yang dibagikan melalui google formulir dan diberikan kepada masyarakat Purwokerto.

## b. Sumber Sekunder

Data sekunder (*secondary data sources*) adalah suatu usaha pengumpulan data dengan tidak langsung memberikan sebuah data atau informasi kepada pengumpul data. Dengan demikian dapat dikatakan data tersebut sebelumnya sudah dikumpulkan dari pihak lain (Hermawan, 2005). Contohnya adalah melewati orang lain atau dalam bentuk dokumen. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu buku, jurnal, artikel, ebook, media massa, dan annual report suatu perusahaan. Data sekunder yang peneliti dapatkan dari buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian, khususnya buku mengenai UTAUT dan *cyber crime*.

## G. Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan statistika deskriptif dan inferensial. Analisis statistika deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data yang telah didapatkan. Sedangkan statistika inferensial memiliki tujuan untuk menguji hipotesis dan menjawab rumusan masalah melalui analisis regresi berganda. Maka dari itu, sebelumnya perlu melakukan perubahan data ordinal menjadi interval menggunakan MSI. Kemudian, melakukan uji validitas dan reliabilitas agar instrumen penelitian dapat dipercaya. Setelah itu, baru bisa melakukan uji hipotesis melalui analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat).

### a. *Method of Successive Interval* (MSI)

*Method of Successive Interval* atau MSI merupakan sebuah metode untuk melakukan transformasi data ordinal menjadi data interval. Terdapat beberapa prosedur statistik seperti analisis regresi linear berganda, korelasi pearson, uji t dan lain sebagainya mengharuskan menggunakan data interval (Prasetya & Putra, 2020). Dikarenakan data yang digunakan pada penelitian ini adalah data ordinal. Maka pada penelitian ini perlu melakukan transformasi data ordinal menjadi interval yakni dengan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI). Transformasi data tersebut dapat dilakukan melalui program Excel pada bagian Add In di bagian statistik kemudian pilih *Successive Interval*. Adapun beberapa cara yang dapat

dilakukan ketika melakukan transformasi data ordinal ke interval melalui program Excel diantaranya yaitu:

- 1) Klik *add-ins* pada menu bar excel.
- 2) Pilih bagian *Statistics* kemudian klik *Successive interval*.
- 3) Pada saat di data range blok semua data ordinal dan variabelnya yang akan dikonversi.
- 4) Letakkan di kolom baru atau pindahkan melalui cell output.
- 5) Kemudian klik *select all*.
- 6) Isi skor minimal dan maksimal disesuaikan dengan skala penelitian. Pada penelitian ini min value diisi angka 1 dan untuk maks angka 5.
- 7) Selanjutnya pilih finish.

b. Analisis Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan gambaran dan mendeskripsikan sebuah data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Analisis statistika deskriptif dapat dikemukakan melalui penyajian data seperti tabel, grafik, pictogram, dan diagram lingkaran. Selain itu, analisis statistika deskriptif dapat berupa perhitungan mean, modus, median, perhitungan desil, presentil, dan standar deviasi, perhitungan presentase (Sugiyono, 2022).

c. Uji Instrumen Data

Uji instrumen data terdiri atas 2 bagian yakni pengujian validitas dan uji reliabilitas. Pengujian instrumen data dimaksud untuk menilai kualitas instrumen penelitian. Karena sebelum instrumen penelitian digunakan maka harus dipastikan telah lolos dalam pengujian validitas dan reliabilitas agar hasilnya dapat dipercaya (Darwin et al., 2021). Dalam uji instrumen data dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 25.0.

1) Pengujian Validitas

Uji validitas adalah suatu pengukuran yang dapat menentukan seberapa jauh tingkat kesahihan atau kevalidan suatu instrument (Qomusuddin & Romlah, 2022). Uji validitas dapat membuktikan seberapa baik suatu alat ukur mampu menilai atau mengungkapkan

sesuatu yang akan diukur. Validitas berkaitan dengan keabsahan data. Terdapat 3 metode dalam pengujian validitas yakni dengan cara *corrected item-total correlation*, korelasi pearson, dan *correlation between item and total* (Gunawan, 2019).

Apabila korelasi pearson maka analisis dilakukan pada nilai item dan total nilai tiap item variabel. Sedangkan pada *corrected item-total correlation* maka yang dianalisis hanya nilai item tanpa nilai total item dari masing-masing variabel. Sementara itu, apabila menggunakan metode berupa korelasi pearson atau korelasi *product moment* terdapat beberapa kaidah dalam pengujian validitas yakni sebagai berikut:

- a) Apabila item pertanyaan atau pernyataan dikatakan valid, maka harus memenuhi syarat bahwa  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ .
- b) Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka item pernyataan atau pertanyaan dari suatu variabel dapat diterangkan tidak valid.

Untuk mengetahui  $r_{hitung}$  maka dapat melihat pada kolom Korelasi Perason. Sedangkan untuk mengetahui  $r_{tabel}$  dapat diketaahui dengan melihat tabel r dengan N (jumlah sampel) adalah 100 dan tingkat kemaknaan sebesar 0,05 (5%).

## 2) Pengujian Reliabilitas

Menurut Gunawan (2019), uji reliabilitas berkaitan dengan konsistensi atau kestabilan instrumen yang memuat mengenai suatu pernyataan atau pertanyaan yang dapat mewakili dimensi suatu variabel. Jadi pengujian reliabilitas adalah suatu ukuran yang bertujuan untuk melihat tingkat konsisten atau kestabilan jawaban pada instrumen penelitian. Pada penelitian ini dalam pengujian reliabilitas dengan berpacu pada nilai *crobach's alpha*. Terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi dalam mengambil keputusan dalam pengujian reliabilitas yakni sebagai berikut (Purnomo, 2019):

- a) Apabila suatu variabel dikatakan reliabel, maka dengan syarat bahwa nilai Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ .

- b) Jika nilai dari Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa suatu variabel tidak reliabel/stabil.

d. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat uji statistik pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Akan tetapi tidak semua uji asumsi klasik dilakukan dalam analisis regresi linear berganda. Adapun uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri atas 3 bagian diantaranya yaitu (Riyanto & Hatmawan, 2020):

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi sebagai alat ukur guna mendeteksi apakah suatu data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan pada variabel residu untuk melihat nilai residual berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Setidaknya terdapat dua acara dalam pengujian normalitas yakni dengan metode grafik dan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Pada uji *kolmogrov-smirnov* terdapat acuan atau kriteria dalam mengambil keputusan yakni dapat diuraikan sebagai berikut (Hutasuhut et al., 2023):

- a) Apabila signifikansi  $\geq 5\%$  (0,05) maka dapat diasumsikan bahwa data berdistribusi normal.
- b) Jika hasil uji *kolmogrov-smirnov* menghasilkan nilai signifikansi  $< 5\%$  (0,05), maka diartikan data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas mempunyai tujuan guna mengetahui apakah terdapat gejala multikolinier antar variabel independen pada suatu model regresi linear berganda. Apabila didapati pada model regresi terjadi multikolinieritas menandakan bahwa ada korelasi yang tinggi antar variabel bebas. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan uji multikolinieritas yakni dengan membandingkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* (Marwan et al., 2023).



- a) Apabila nilai  $VIF < 10,00$  dan  $tolerance > 0,10$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antarvariabel independen.
- b) Apabila nilai  $VIF \geq 10,00$  dan nilai  $tolerance \leq 0,10$  maka dapat diartikan bahwa terjadi gejala multikolinieritas antarvariabel independen.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melakukan pengujian terhadap model regresi dalam menguji ketidaksamaan *variance* dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Adapun cara yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas yakni dapat menggunakan metode *spearman's rho scatter plot* dan *glejser*. Sementara itu, pada aplikasinya penelitian ini menerapkan metode *spearman's rho* atau korelasi rank spearman. Adapun kaidah yang digunakan dalam pengujian heteroskedastisitas dengan rank spearman yakni (Panjawa & Sugiharti, 2021):

- a) Jika didapatkan nilai signifikansi (2-tailed)  $\geq 0,05$ , maka diartikan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Apabila hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai signifikansi (2-tailed)  $< 0,05$  maka dapat diasumsikan bahwa terjadi gejala heteroskedastisitas.

### e. Analisis Regresi Linier Berganda

Salah satu syarat dan ketentuan dalam analisis regresi linier berganda yakni dengan syarat bahwa terdiri atas 2 atau lebih variabel bebas dan 1 (satu) variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Maka dari itu, penelitian ini terkandung 3 variabel bebas dan satu variabel terikat. Sehingga dapat disusun sebuah persamaan regresi linier berganda yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\gamma = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

$\gamma$  = variabel terikat (Minat Masyarakat)

- a = Konstanta
- $b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi
- $X_1$  = Variabel bebas  $X_1$  (Facilitating Conditions)
- $X_2$  = Variabel bebas  $X_2$  (E-WOM)
- $X_3$  = Variabel bebas  $X_3$  (Cyber Crime)
- $\varepsilon$  = Error

f. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi atau  $R^2$  memiliki tujuan untuk menilai kemampuan suatu model regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dapat diketahui bahwa dasar atau acuan pada analisis  $R^2$  yakni dengan melihat *Adjusted R Square*. Nilai  $R^2$  yang baik berada direntang antara 0 sampai dengan 1. Apabila semakin kecil nilai yang dimiliki oleh  $R^2$  maka kemampuan variabel bebas sangat terbatas untuk menerangkan variabel terikat. Begitu juga sebaliknya, jika nilai  $R^2$  semakin besar dan hampir mendekati 1 maka variabel bebas dapat memberikan semua informasi yang diperlukan dan dapat memprediksi variasi variabel dependen (Riyanto & Hatmawan, 2020).

g. Uji Statistik t (Uji Signifikansi Parameter Individual/Parsial)

Uji statistik t atau uji parsial dipergunakan untuk melakukan pengujian guna melihat pengaruh secara individual (parsial) antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Riyanto & Hatmawan, 2020). Adapun kaidah pengambilan keputusan pada pengujian statistik t pada hipotesis pertama, kedua, dan ketiga adalah sebagai berikut (Siregar, 2013):

1. Rumusan Hipotesis 2 Arah (*Two Tailed*)

- a)  $H_0 : \beta_i = 0$  yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- b)  $H_0 : \beta_i \neq 0$  yang berarti bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Kriteria Signifikansi

Taraf signifikansi yang digunakan pada penelitian ini yakni sebesar 0,05 (5%). Apabila dikatakan signifikan maka nilai  $\alpha \leq 0,05$

(5%). Kemudian mencari t tabel pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan  $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ . Dengan uji 2 arah diperoleh bahwa untuk t tabel sebesar 1,984/-1,984.

### 3. Dasar Pengambilan Keputusan

- 1) Apabila  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan signifikansi  $> 0,05$  (5%) maka dapat dinyatakan hipotesis alternatif ditolak dan tidak ada pengaruh secara parsial (individual) antara variabel bebas (independen) terhadap dependen.
- 2) Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan signifikansi  $\leq 0,05$  (5%) maka  $H_0$  ditolak, yang dapat dimaknai bahwa terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan antara variabel bebas (independen) dengan variabel terikat. Perlu diketahui bahwa apabila dihasilkan t hitung negatif berarti semakin menjauhi angka 0 yang berarti semakin kecil, contoh  $-10 < -5$ .

#### h. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F/ANOVA)

Uji statistik F (ANOVA) dilakukan dengan maksud untuk mengetahui sebuah parameter secara keseluruhan dengan kata lain bahwa uji F dipergunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen dengan variabel terikat secara bersamaan. Adapun kriteria dalam pengujian ini diantaranya adalah (Suyono, 2018):

- 1) Apabila nilai F hitung  $\geq F$  tabel dengan signifikansi  $\leq 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa variabel independent (bebas) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- 2) Apabila nilai F hitung  $< F$  tabel dengan signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **a. Perusahaan PT Bank Syariah Indonesia**

Kehadiran PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang kemudian dapat disebut dengan BSI telah mencetak sejarah baru pada industri perbankan di Indonesia. Pasalnya BSI telah berhasil melakukan merger (gabungan) dari beberapa unit usaha syariah milik BUMN diantaranya adalah PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah. Hasil penggabungan tersebut merupakan cikal bakal berdirinya PT. Bank Syariah Indonesia dan telah resmi memperoleh izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang ditandai dengan diterbitkannya surat bernomor SR-3/PB.1/2021 yang disahkan pada tanggal 27 Januari 2021. Kemudian, pada tanggal 1 Februari 2021, PT Bank Syariah Indonesia resmi didirikan dan secara langsung disahkan oleh Bapak Ir. H. Joko Widodo selaku Presiden Republik Indonesia.

Dengan adanya penggabungan ke-3 (tiga) usaha bank syariah tersebut diharapkan agar menjadi batu loncatan guna memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan memiliki cakupan wilayah yang luas serta mempunyai permodalan yang baik. BSI memiliki potensi untuk terus dikembangkan bahkan diharapkan PT Bank Syariah Indonesia dapat masuk dalam jajaran 10 bank syariah yang termasyhur di mata dunia. Sebab, pemerintah Indonesia telah mendukung penuh dalam menciptakan ekosistem industri dan memiliki bank syariah nasional yang terbesar dan terkuat. Hal ini dapat tercermin pada komposisi dari pemegang saham pada BSI diantaranya adalah PT Bank Mandiri sebesar 50,83%, PT BNI sebanyak 24,58 persen, dan PT BRI sebanyak 17,25%. Sementara itu, sisa komposisi tersebut berasal dari pemegang saham yang kurang dari 5%.

BSI merupakan salah satu bentuk usaha yang didirikan sebagai kebanggaan umat dan diharapkan dapat memberikan energi baru bagi perkembangan perekonomian nasional. Selain itu, mendorong BSI supaya

dapat memberikan kemaslahatan dan berkontribusi dalam mengoptimalkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan Bank Syariah Indonesia dapat menjadi panutan bagi bank syariah yang lainnya dalam melahirkan perbankan syariah yang universal, mampu beradaptasi dengan perubahan zaman (modern) serta memiliki kemaslahatan untuk mewujudkan kebahagiaan bagi seluruh alam (Rahmatan Lil 'Alamin). Dalam konteks ini, kehadiran BSI memegang peranan penting yang tidak hanya berperan sebagai lembaga intermediasi melainkan berperan penting dalam mewujudkan harapan negeri khususnya pada seluruh kegiatan ekonomi dalam ekosistem industri halal. Kemudian dalam menjalankan usahanya, BSI menjadikan "AKHLAK" sebagai nilai dan budaya dalam perusahaan. Hal ini sesuai dengan dikeluarkannya surat dari Kementerian BUMN No. SE-7/MBU/07/2020, yang dimana mengharuskan setiap perusahaan milik BUMN menerapkan *core values* sebagai dasar pembentukan karakter SDM.

Bahkan pada saat ini, Bank Syariah Indonesia telah mampu beradaptasi dalam rangka memenuhi kebutuhan masing-masing nasabah terutama dalam penawaran produk dan layanan. Terdapat 4 (empat) bagian produk dan layanan yang ditawarkan oleh BSI yakni individu, perusahaan, *digital banking* dan kartu. Kemudian PT Bank Syariah Indonesia juga telah menyediakan beberapa layanan diantaranya adalah:

1. BSI Mobile merupakan suatu jenis layanan yang disediakan oleh BSI yang memungkinkan dapat memudahkan nasabahnya dengan tujuan untuk bertransaksi melalui beragam fitur yang telah disediakan. Selain itu, BSI Mobile juga dapat digunakan sebagai layanan berbagi dan beribadah. BSI Mobile dapat diakses kapanpun tanpa adanya batasan waktu sehingga hidup menjadi lebih seimbang baik secara finansial, spiritual (rohani), dan sosial.
2. Buka Rekening Online merupakan salah satu solusi layanan yang dapat ditempuh oleh calon nasabah ketika ingin membuka rekening secara *online* dimana dapat dilakukan pada BSI Mobile.

4. Emas adalah salah satu jenis layanan yang ada pada BSI Mobile. Nasabah dapat melakukan jual-beli emas mulai dari Rp 50.000 yang dimana tidak perlu harus ke kantor bank.
5. BSI QRIS yakni fitur layanan yang disediakan oleh BSI dengan tujuan untuk melakukan transaksi hanya menggunakan QR Code *Indonesia Standard* (QRIS) Bank Indonesia.
6. BSI Cardless Withdrawal menawarkan sebuah solusi yang efektif dan praktis yang dapat dilakukan oleh nasabahnya dalam melakukan penarikan uang tunai tanpa kartu.

#### **b. Visi dan Misi Perusahaan**

##### **Visi**

Top 10 Global Islamic Bank

##### **Misi**

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia, yakni BSI dapat melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T ditahun 2025.
2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham, yakni memiliki ambisi untuk masuk dalam top 5 bank yang paling *profitable* di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia, yakni dimaknai perusahaan BSI memiliki nilai yang kuat guna memberdayakan masyarakat dan mempunyai komitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

#### **c. Gambaran Umum Pada Fitur dan Layanan BSI Mobile**

Dalam rangka untuk memenuhi trend gaya hidup dan dorongan kebutuhan masyarakat pada era digital seperti saat ini. PT Bank Syariah Indonesia terus berupaya untuk melakukan pengembangan terkait layanan perbankan digital salah satunya adalah BSI Mobile. Kehadiran BSI Mobile bukan hanya sebagai sahabat finansial (transaksi perbankan) melainkan hadir dalam bentuk sahabat sosial (layanan berbagi), dan spiritual (layanan islami) yang dapat digunakan dalam satu genggam saja.

Hal tersebut yang membuat BSI Mobile memiliki ciri khas tersendiri. Sehingga BSI hadir bukan hanya berorientasi pada kebahagiaan dunia saja akan tetapi mengutamakan pada kebahagiaan dunia dan akhirat. BSI Mobile merupakan layanan perbankan digital yang disediakan oleh PT. Bank Syariah Indonesia yang berwujud aplikasi *mobile* dan memungkinkan dapat digunakan melalui kanal *smartphone* guna memudahkan nasabahnya dalam melakukan transaksi keuangan secara digital.

#### 1. Info Rekening

Pada fitur info rekening bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam memantau atau melihat seluruh aktivitas transaksi rekeningnya pada BSI Mobile, baik itu pada tabungan wadiah, mudharabah, maupun tabungan mabrur.

#### 2. Transfer

Tujuan dari fitur transfer yakni memberi kemudahan kepada nasabah ketika ingin melakukan transaksi keuangan berupa pengiriman uang antar rekening Bank Syariah Indonesia maupun antar bank lainnya.

#### 3. Pembayaran

BSI Mobile juga menyediakan fitur dan layanan berupa pembayaran yang dapat memudahkan nasabah ketika melakukan transaksi pembayaran. Seperti halnya membayar rekening listrik, membayar asuransi, bayar BPJS, hingga bayar air PDAM, dan lain-lain.

#### 4. Pembelian

Melalui fitur pembelian pada BSI Mobile dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi pembelian. Pada fitur ini nasabah dapat membeli token listrik, pulsa, paket data, dan lain sebagainya.

#### 5. QRIS

*Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) merupakan sistem pembayaran yang dilakukan dengan menggunakan kode QR dan memungkinkan untuk membantu *merchant* dalam menerima pembayaran dari aplikasi berbasis *QR Code*. Dengan menggunakan rekening yang sudah dimilikinya, nasabah dapat melakukan

transaksinya dengan cukup menggunakan scan QR yang telah tersedia pada fitur BSI Mobile.

6. E-mas

Pada fitur e-mas memungkinkan nasabah dapat menggunakannya untuk berinvestasi emas yakni mulai dari Rp. 50.000. Selain itu, fitur ini juga menyediakan gadai emas.

7. Tarik Tunai

Bank Syariah Indonesia memberikan fitur layanan berupa tarik tunai yang berfungsi untuk memberikan kemudahan bagi nasabahnya ketika ingin melakukan penarikan dana tanpa menggunakan kartu ATM BSI. Nasabah dapat menarik uang mulai dari Rp. 50.000 sampai Rp. 500.000 per harinya.

8. Favorit

Pada fitur ini disediakan penyimpanan berbagai transaksi yang paling sering digunakan oleh nasabahnya baik itu transfer, pembayaran, Ziswaf, pembelian, dan lain sebagainya.

9. ATM Cabang

Penyediaan fitur ATM Cabang berfungsi untuk membantu nasabah ketika ingin mencari ATM atau kantor cabang terdekat. Pada fitur ini, nasabah dapat mengetahui lokasi ATM dan kantor cabang dengan mudah.

10. Informasi

Nasabah dapat menggunakan fitur informasi apabila nasabah mengalami kesulitan ataupun kendala dalam menggunakan BSI Mobile. Fitur ini juga dapat digunakan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai BSI Mobile.

11. Kotak Masuk

Tersedianya kotak masuk pada BSI Mobile semua dokumen transaksi perbankan akan disimpan pada kotak masuk ini. Selain itu, nasabah dapat melihat notifikasi mengenai berbagai program yang ditawarkan oleh BSI.



#### 12. Info Kurs

Pada fitur info kurs mampu menampilkan pergerakan harga jual-beli nilai mata uang suatu negara sehingga nasabah dengan mudah dapat melakukan transaksi valuta asing (valas).

#### 13. Donasi Online

Donasi online atau infaq adalah fitur unggulan yang dimiliki oleh BSI untuk para nasabahnya. Nasabah dapat memenuhi kewajibannya sebagai muslim guna berbagi keberkahan. Melalui donasi online yang tersedia pada BSI Mobile, seorang muslim dapat menunaikan zakat secara online.

#### 14. Buka Rekening Bank Syariah Indonesia Online

Calon nasabah BSI juga dapat melakukan buka rekening melalui BSI Mobile. melalui fitur tersebut, calon nasabah dapat menghemat waktu dan tidak perlu repot datang ke kantor bank.

#### 15. Jadwal Shalat

BSI Mobile telah menyediakan berupa layanan islami yang dapat memberikan kemudahan bagi nasabahnya untuk melaksanakan kewajiban shalat. Fitur ini menampilkan berupa waktu shalat, arah kiblat dan lain sebagainya.

### **B. Deskripsi Karakteristik Responden**

Pada bagian ini dipaparkan mengenai temuan hasil penelitian yang secara khusus terkait dengan gambaran umum responden berdasarkan pada sampel penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Karakteristik responden memiliki tujuan untuk mengetahui keragaman dan keadaan responden terkait dengan permasalahan dan tujuan penelitian ini. Responden tersebut merupakan perwakilan dari populasi pada penelitian ini yang berjumlah 100 responden. Adapun yang menjadi karakteristik dan identitas responden pada penelitian ini dapat dibedakan atas 5 (lima) bagian diantaranya adalah klasifikasi responden berdasarkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan dan wilayah tempat tinggal (domisili). Berikut disajikan sebuah kondisi pada masing-masing karakteristik dari responden.

**a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Secara umum, klasifikasi responden menurut jenis kelaminnya dapat memberikan gambaran penelitian terkait dengan suatu penggolongan atas aspek demografis responden. Berdasarkan pada hasil eksplorasi penelitian dapat diidentifikasi bahwa responden berdasarkan pada jenis kelamin dapat digolongkan menjadi 2 (dua) kategori yakni jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berikut disajikan Tabel 4.1 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya.

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Perempuan	67	67%
2.	Laki-Laki	33	33%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dapat diperhatikan pada Tabel 4.1 dijelaskan bahwa klasifikasi responden dengan jenis kelamin perempuan memiliki jumlah frekuensi sebesar 67 orang (67%) dan responden dengan jenis kelamin laki-laki memiliki frekuensi sejumlah 33 orang (33%). Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan mempunyai jumlah frekuensi yang relatif tinggi dibandingkan dengan laki-laki. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan.

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia**

Pada bagian ini dijelaskan mengenai karakteristik responden berdasarkan usia. Klasifikasi usia responden dapat dikaitkan dengan kemudahan masyarakat dalam menerima atau mengadopsi suatu teknologi. Adapun klasifikasi menurut usia ditunjukkan pada Tabel 4.2

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1.	18-23 Tahun	59	59%
2.	24-29 Tahun	14	14%

No	Usia	Frekuensi	Presentase
3.	30-35 Tahun	12	12%
4.	36-40 Tahun	4	4%
5.	41-45 Tahun	2	2%
6.	46-50 Tahun	3	3%
7.	51-55 Tahun	6	6%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Dari Tabel 4.2 terlihat bahwa terdapat 7 kategori menurut usia responden yaitu kategori pertama usia 18-23 Tahun sejumlah 59 orang (59%), kelompok usia 24-29 Tahun sebanyak 14 orang (14%). Kemudian kelompok usia 30-35 Tahun terdiri dari 12 orang (12%) dan klasifikasi responden dengan usia 36-40 Tahun sejumlah 4 orang atau sekitar 4%. Selanjutnya diikuti kelompok usia 41-45 Tahun yang berjumlah 2 orang (2%) dan kelompok usia 46-50 Tahun berjumlah 3 orang (3%). Sementara itu, sebanyak 6 orang (6%) diperoleh kelompok usia 51-55 Tahun. Dari hasil tersebut dapat menjelaskan bahwa responden dengan *range* usia 18-23 Tahun menjadi mayoritas pada penelitian ini.

#### c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pada penelitian ini juga mendeksripsikan mengenai aspek demografis responden menurut latar belakang atau riwayat pendidikan terakhir responden yang meliputi tingkat pendidikan SD, SMP, SMA, DIPLOMA, S1, dan S2. Pendidikan dapat dihubungkan dengan kemampuan seseorang dalam memahami sesuatu dengan baik. Adapun data penelitian tersebut dapat ditunjukkan pada Tabel 4.3.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
1.	SD	2	2%
2.	SMP	0	0%
3.	SMA	55	55%

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase
4.	DIPLOMA	3	3%
5.	S1	36	36%
6.	S2	4	4%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan penyajian Tabel 4.3 mengenai aspek demografis responden berdasarkan pada latar belakang pendidikan terakhirnya dapat diinterpretasikan bahwa terdapat 2 orang atau sekitar 2% berpendidikan terakhir Sekolah Dasar (SD). Kemudian pendidikan terakhir setingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) berjumlah 0 (0%) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) terdapat 55 orang (55%). Selanjutnya terdapat 3 orang atau 3% berpendidikan setingkat DIPLOMA. Sementara itu, untuk pendidikan setingkat S1 berjumlah 36 orang (36%) dan sejumlah 4 orang atau 4% berpendidikan terakhir S2. Dengan demikian, pada hasil penelitian menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan setingkat SMA mendominasi penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan memiliki frekuensi lebih besar yakni terdapat 55 orang.

#### d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Apabila dilihat dari jenis pekerjaannya, responden pada penelitian ini memiliki berbagai macam jenis pekerjaan. Adapun jenis pekerjaan tersebut meliputi pekerjaan berupa profesi, pegawai negeri sipil (PNS), karyawan swasta, pelajar/mahasiswa, dan lainnya. Berikut disajikan Tabel 4.4 yang memberikan penjelasan terkait dengan jenis pekerjaan responden.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Profesi (Guru, Perawat, Pengacara, dan <i>Consultant Research</i> )	21	21%
2.	Pegawai Negeri Sipil	7	7%

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
3.	Karyawan Swasta	13	13%
4.	Pelajar/Mahasiswa	46	46%
5.	Lainnya	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui terdapat 21 orang atau 21% bekerja sebagai profesi baik itu sebagai guru, perawat, pengacara, dan *consultant research*. Kemudian sebanyak 7 orang (7%) memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil. Sedangkan pada jenis pekerjaan karyawan swasta sebesar 13 orang atau 13% dan pelajar/mahasiswa menjadi dominan karena jumlahnya yang cukup besar yakni mencapai 46 orang (46%). Sementara itu, sisanya sejumlah 13 orang (13%) memiliki pekerjaan lainnya seperti halnya menjadi Ibu Rumah Tangga, *Freelance*, Wiraswasta, Tukang Dekor, Pengusaha, Pedagang, dan lain sebagainya.

#### e. Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah

Penelitian ini juga membedakan karakteristik responden menurut wilayah tempat tinggalnya yang terbagi menjadi 4 wilayah yakni wilayah Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Timur, dan Purwokerto Barat. Hal ini dapat diperlihatkan pada Tabel 4.5 mengenai hasil temuan penelitian terkait dengan identitas responden menurut wilayahnya.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah**

No	Wilayah	Frekuensi	Presentase
1.	Purwokerto Utara	49	49%
2.	Purwokerto Selatan	12	12%
3.	Purwokerto Timur	16	16%
4.	Purwokerto Barat	23	23%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diatas dapat diterangkan bahwasanya sebagian besar responden pada penelitian ini berasal dari wilayah

Purwokerto Utara. Hal tersebut dikarenakan jumlah frekuensi pada wilayah Purwokerto Utara paling tinggi jika dibandingkan dengan 3 wilayah lainnya. Terlihat bahwa wilayah Purwokerto Utara mencapai 49 orang atau 49%. Kemudian diikuti oleh wilayah Purwokerto Barat sebanyak 23 orang (23%). Sementara itu, sejumlah 16 orang (16%) dimiliki oleh wilayah Purwokerto Timur dan yang terakhir wilayah Purwokerto Selatan yang hanya mencapai 12 orang (12%).

### C. Hasil Penelitian

Bagian ini dipaparkan terkait dengan hasil analisis data, yakni berkaitan dengan uji instrumen data dan pengujian hipotesis yang telah didapatkan dari teknik analisis statistika deskriptif dan statistika inferensial dengan mengandalkan alat bantu SPSS versi 25.0. Dimana pada hasil penelitian terdapat pengujian instrumen data penelitian yang mencakup uji validitas dan uji reliabilitas. Kemudian dilakukan uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda pada masing-masing variabel. Terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dalam melakukan analisis regresi yakni dengan syarat harus memiliki data berskala interval.

Dikarenakan pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner. Sehingga data hasil penelitian tersebut termasuk dalam data dengan berskala ordinal. Sehingga untuk memenuhi salah satu syarat dalam melakukan analisis regresi maka perlu dilakukan adanya transformasi data ordinal menjadi data interval. Transformasi data tersebut dapat menggunakan *method of successive interval* yang dilakukan melalui program Microsoft Excel pada bagian Add In di bagian statistik kemudian pilih *Successive Interval*. Hasil transformasi tersebut dapat dilihat pada lampiran 4.

#### a. Analisis Statistika Deskriptif

Statistika deskriptif merupakan statistik yang memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Statistika deskriptif dapat dilakukan dengan menyajikan data melalui tabel ataupun melalui perhitungan median, mean (pengukuran tendensi sentral),

dan standar deviasi. Berikut disajikan Tabel 4.6 mengenai hasil analisis statistika deskriptif.

**Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X <sub>1</sub>	100	7,00	35,00	29,3200	6,14617
X <sub>2</sub>	100	10,00	50,00	38,9000	9,49162
X <sub>3</sub>	100	9,00	45,00	32,8200	7,16667
Y	100	8,00	40,00	30,3700	8,25436
Valid N	100				

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada hasil analisis statistika deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 maka dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel *Facilitating Conditions* sebagai X<sub>1</sub> dapat dideskripsikan bahwa nilai rata-rata (*mean*) sebesar 29,3200 dan standar deviasi sebesar 6,14617. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari standar deviasi sehingga dapat dimaknai penyebaran data *facilitating conditions* dikatakan baik karena standar deviasi mendekati rata-rata. Sementara itu, nilai minimum pada variabel *facilitating conditions* adalah 7,00 dan nilai maximum yakni 35,00
2. Variabel *Electronic Word of Mouth* (X<sub>2</sub>) memiliki nilai minimum sebesar 10,00 dan nilai maximum adalah 50,00. Sementara itu, nilai rata-rata pada variabel X<sub>2</sub> adalah 38,9000 dengan standar deviasi yakni 9,49162. Hal ini menunjukkan bahwa simpangan data pada variabel *electronic word of mouth* dikatakan baik. Karena nilai standar deviasi lebih kecil daripada nilai rata-rata.
3. Variabel *Cyber Crime* (X<sub>3</sub>) menunjukkan bahwa nilai minimum dan nilai maximum sebesar 9,00 dan 45,00. Pada variabel *cyber crime* nilai rata-ratanya adalah 32,8200 dan standar deviasi sebesar 7,16667. Sehingga dapat dikatakan penyebaran data menunjukkan hasil yang baik dikarenakan nilai *mean* pada variabel X<sub>3</sub> lebih besar dari standar deviasi.

4. Variabel Minat (Y) memiliki nilai rata-rata sebesar 30,3700 dengan nilai minimum adalah 8,00 dan nilai maximum sebesar 40,00. Semetara itu, standar deviasi adalah 8,25436. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat semakin akurat karena standar deviasi lebih kecil dari nilai *mean*.

#### b. Uji Instrumen Data

Dalam menjamin kualitas penelitian ilmiah, maka pengujian instrumen penelitian penting untuk dilakukan. Pengujian instrumen dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menilai baik atau tidaknya suatu pernyataan sebagai alat ukur dalam pengambilan data. Adapun uji instrumen data yang dipergunakan dalam pengujian ini yakni uji validitas dan reliabilitas yang diolah dengan bantuan program SPSS versi 25.0.

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas dipergunakan untuk melihat tingkat keshahihan atau kevalidan suatu instrumen penelitian. Selain itu, dapat mengukur seberapa jauh suatu alat pengukur dapat menaksir apa yang akan kita ukur. Adapun dasar atau acuan dalam pengujian validitas yakni dengan melihat nilai korelasi pearson. Selanjutnya pengujian signifikansi dilakukan dengan melihat perbandingan nilai  $r$  tabel dan  $r$  hitung. Apabila  $r$  hitung  $\geq$   $r$  tabel, maka dapat dikemukakan bahwa item pernyataan tersebut valid. Begitupun sebaliknya, apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka dapat dimaknai item suatu pernyataan tersebut tidak valid.

##### a) Uji Validitas Variabel *Facilitating Conditions*

Uji validitas pada variabel *facilitating conditions* terdapat 7 item pernyataan yang digunakan dalam pengujian validitas. Berikut disajikan Tabel 4.7 mengenai hasil uji validitas pada variabel *facilitating conditions* ( $X_1$ ).

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas *Facilitating Conditions* ( $X_1$ )**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X <sub>1.1</sub>	0,783	0,195	Valid
X <sub>1.2</sub>	0,895	0,195	Valid



No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>1.3</sub>	0,810	0,195	Valid
X <sub>1.4</sub>	0,866	0,195	Valid
X <sub>1.5</sub>	0,850	0,195	Valid
X <sub>1.6</sub>	0,854	0,195	Valid
X <sub>1.7</sub>	0,743	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 4.7 dapat memperlihatkan mengenai hasil uji validitas pada variabel *facilitating conditions* (kondisi yang memfasilitasi) menghasilkan bahwa dari 7 item pernyataan mengenai *facilitating conditions* memiliki nilai korelasi pearson atau r<sub>hitung</sub>  $\geq$  r<sub>tabel</sub> (0,195). Nilai r<sub>tabel</sub> didapat dengan meninjau dari tabel r *product moment* yaitu dengan N=100 dan taraf signifikansi adalah 5%. Oleh karena itu, dapat ditetapkan bahwa semua item pernyataan pada variabel *facilitating conditions* dikatakan valid dan dapat diterapkan untuk keperluan penelitian selanjutnya.

#### b) Uji Validitas Variabel Electronic Word of Mouth

Pengujian validitas pada variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) terdapat 10 (sepuluh) item pernyataan yang digunakan dalam uji validitas. Berikut disajikan Tabel 4.8 mengenai hasil uji validitas pada variabel *Electronic Word of Mouth* sebagai X<sub>2</sub>.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Electronic Word of Mouth (X<sub>2</sub>)**

No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>2.1</sub>	0,856	0,195	Valid
X <sub>2.2</sub>	0,837	0,195	Valid
X <sub>2.3</sub>	0,853	0,195	Valid
X <sub>2.4</sub>	0,883	0,195	Valid
X <sub>2.5</sub>	0,862	0,195	Valid
X <sub>2.6</sub>	0,874	0,195	Valid
X <sub>2.7</sub>	0,833	0,195	Valid

No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>2.8</sub>	0,844	0,195	Valid
X <sub>2.9</sub>	0,867	0,195	Valid
X <sub>2.10</sub>	0,818	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Pada Tabel 4.8 diketahui bahwa setiap butir item pernyataan mengenai E-WOM semuanya dinyatakan valid. Hal ini dapat diidentifikasi bahwa dari total 10 item pernyataan yang diujikan menghasilkan nilai r hitung  $\geq$  r tabel (0,195). Artinya untuk setiap indikator pada variabel *electronic word of mouth* berada diatas 0,195. Pada penelitian ini r tabel dapat dicari melalui tabel r *product moment* dengan syarat N=100 dan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) sehingga dihasilkan r tabel sebesar 0,195.

#### c) Uji Validitas Variabel Cyber Crime

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel *cyber crime* terdapat 9 item pernyataan yang digunakan dalam pengujian validitas. Adapun hasil dari pengujian validitas terhadap variabel *cyber crime* (X<sub>3</sub>) dapat dijabarkan pada Tabel 4.9.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Cyber Crime (X<sub>3</sub>)**

No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
X <sub>3.1</sub>	0,427	0,195	Valid
X <sub>3.2</sub>	0,423	0,195	Valid
X <sub>3.3</sub>	0,634	0,195	Valid
X <sub>3.4</sub>	0,677	0,195	Valid
X <sub>3.5</sub>	0,732	0,195	Valid
X <sub>3.6</sub>	0,805	0,195	Valid
X <sub>3.7</sub>	0,745	0,195	Valid
X <sub>3.8</sub>	0,725	0,195	Valid
X <sub>3.9</sub>	0,768	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9 dipaparkan mengenai hasil uji validitas pada variabel *cyber crime* yang menunjukkan hasil bahwa dari 9 item pernyataan mengenai *cyber crime* dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan pada item pernyataan mengenai *cyber crime* memiliki nilai r hitung  $\geq$  r tabel (0,195). Adapun dalam mengetahui r tabel yakni dapat ditinjau dari tabel r *product moment* dengan N (banyaknya sampel) = 100 dan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05).

#### d) Uji Validitas Variabel Minat

Uji validitas juga dilakukan pada variabel dependen dalam hal ini variabel minat (Y). Sebanyak 8 (delapan) item pernyataan mengenai minat dapat digunakan dalam uji validitas. Berikut disajikan Tabel 4.10 terkait dengan hasil uji validitas variabel minat.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat**

No. Item	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
Y1	0,911	0,195	Valid
Y2	0,920	0,195	Valid
Y3	0,941	0,195	Valid
Y4	0,882	0,195	Valid
Y5	0,853	0,195	Valid
Y6	0,931	0,195	Valid
Y7	0,931	0,195	Valid
Y8	0,929	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Merujuk pada Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa untuk setiap item pernyataan dari variabel minat (Y) dinilai valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dari nilai r hitung pada setiap item pernyataan variabel minat (Y) lebih besar dari r tabel (0,195). Hasil dari pengujian tersebut menjadi dasar pengambilan keputusan bahwa semua item pernyataan pada variabel minat dinyatakan valid. Adapun dalam mengetahui r tabel yakni dapat ditinjau dari tabel r

*product moment* dengan N (banyaknya sampel) = 100 dan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05).

## 2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu pengujian instrumen data penelitian yang bertujuan untuk melihat tingkat stabilitas atau konsistensi suatu alat instrumen penelitian dalam hal ini berupa kuesioner atau angket. Terdapat kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam pengujian reliabilitas yakni dengan melihat nilai *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha*  $\geq 0,60$  maka disimpulkan bahwa data tersebut reliabel. Kemudian, uji reliabilitas dilakukan pada setiap variabel kuesioner penelitian dengan mengandalkan SPSS yang terdiri atas 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat (*facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime*). Berikut ini ditunjukkan Tabel 4.11 mengenai pengujian reliabilitas.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	N of Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )	7	0,924	Reliabel
Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )	10	0,958	Reliabel
Cyber Crime (X <sub>3</sub> )	9	0,835	Reliabel
Minat (Y)	8	0,971	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.11 mengenai hasil uji reliabilitas pada hasil uji reliabilitas terhadap 3 variabel bebas dan 1 variabel dependen terlihat bahwa nilai *cronbach's alpha* dari masing-masing variabel memiliki jumlah yang lebih besar dari batasan nilai yang telah ditentukan yakni  $\geq 0,60$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, *cyber crime* dan minat dikatakan reliabel.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas diarahkan untuk melakukan pengkajian terhadap variabel residu apakah nilai residual menghasilkan berdistribusi normal atau tidak berdistribusi normal. Uji *Kolmogroff-Smirnov* dapat dipergunakan sebagai metode dalam pengujian normalitas. Terdapat beberapa kaidah yang digunakan dalam uji normalitas yakni apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka data berdistribusi normal. Begitu juga sebaliknya, apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  maka asumsi normalitas tidak terpenuhi. Hasil uji normalitas dapat disajikan pada Tabel 4.12.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas**

		Undstadarzied Residual
N		100
Normal Paramaeters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	5176,278140
Most Extreme Differences	Absolute	0,085
	Positive	0,051
	Negative	-0,085
Test Statistic		0,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,069 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		0,463
Point Probability		0,000

a. *Test distribution is Normal*

b. *Calcultade from data.*

c. *Lilliefors Significance Correction.*

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil uji normalitas pada Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai dari signifikan exact (2-tailed) sebesar 0,463. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa hasil dari pengujian normalitas memiliki nilai yang lebih tinggi dari taraf signifikan yang ditentukan yakni 0,05 (5%). Sehingga dapat diartikan data penelitian berdistribusi normal. Menurut Mehta dan Patel

(2010), menyatakan bahwa *exact P Values* idealnya lebih akurat untuk digunakan pada besaran data kecil. Namun dalam praktiknya, terkadang *exact p values* dapat menghitung untuk kumpulan data dengan ukuran sampel lebih dari 20.000 dan terkadang gagal dalam menghitung *exact p values* untuk kumpulan data yang ukuran sampelnya kurang dari 30. Jadi, dapat dikatakan bahwa ukuran sampel belum tentu dapat mempengaruhi kenormalan suatu data karena terdapat banyak faktor yang mempengaruhi kenormalan data (Mehta & Patel, 2010).

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipergunakan dengan tujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan linear antara variabel bebas dalam model regresi. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai *tolerance* dan *Varian Influence Factor* (VIF) pada bagian *collinearity statistics*. Terdapat beberapa dasar dalam mengambil keputusan dalam uji multikolinearitas yakni:

- a) Apabila nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antarvariabel independen (bebas).
- b) Apabila nilai VIF  $\geq 10,00$  dan nilai *tolerance*  $\leq 0,10$  maka dapat diasumsikan bahwa terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )	0,761	1,313	Bebas Multikolinieritas
Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )	0,689	1,451	Bebas Multikolinieritas
Cyber Crime (X <sub>3</sub> )	0,878	1,139	Bebas Multikolinieritas

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan pada Tabel 4.13 diperoleh hasil bahwa dari ketiga variabel independen dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas atau tidak terdapat tanda-tanda gejala multikolinearitas. Hal ini dikarenakan dari ketiga variabel tersebut didapati hasil nilai VIF  $< 10,00$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Dengan demikian, dapat dijelaskan bahwa suatu model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk memastikan apakah suatu model memiliki gejala atau masalah heteroskedastisitas. Apabila suatu model terjadi heteroskedastisitas menandakan bahwa suatu model tersebut terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Kemudian, pada penelitian ini mengaplikasi sebuah metode uji *spearman's rho* dalam pengujian heteroskedastisitas. Adapun kaidah atau yang menjadi acuan dalam uji heteroskedastisitas dengan uji rank spearman yakni dengan melihat nilai signifikansi (2-tailed). Apabila nilai signifikansi  $\geq 0,05$ , maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Kemudian apabila nilai signifikansi (2-tailed)  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Significant	Standar Significant	Keterangan
Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )	0,691	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )	0,637	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Cyber Crime (X <sub>3</sub> )	0,312	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 4.14 memperlihatkan bahwa dari ke-3 variabel independen tidak terjadi heteroskedastisitas. Karena pada variabel *facilitating conditions* memiliki signifikan  $0,691 \geq 0,05$  dan variabel E-WOM

mempunyai nilai signifikan sebesar 0,637 yang mana memiliki jumlah lebih besar dari standar signifikan yang telah ditetapkan yakni 5% (0,05). Sementara itu, pada variabel *cyber crime* juga memiliki nilai signifikan sebesar  $0,312 \geq 0,05$ . Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa model regresi yang digunakan tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

#### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi memiliki tujuan untuk menaksir seberapa jauh model regresi dapat menerangkan variasi dari variabel terikat. Dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk menentukan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Berikut disajikan Tabel 4.15 mengenai hasil uji koefisien determinasi.

**Tabel 4.15 Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,644 <sup>a</sup>	0,415	0,396	5256,53530

a. Predictors: (Constant), CC, FC, EWOM

Merujuk pada Tabel 4.15 diperoleh hasil koefisien determinasi sebesar 0,396 yakni dapat dilihat pada nilai Adjusted R Square. Dengan diperolehnya nilai koefisien determinasi sebesar 0,396 dapat diartikan bahwa 39,6% variabel *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* mampu menjelaskan variabel terikat yakni variabel minat. Sedangkan sisanya 60,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian yang dilakukan. Seperti halnya faktor kemudahan, keamanan, kehati-hatian, dan lain sebagainya.

#### e. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk melakukan pengujian signifikansi model dan interpretasi model regresi. Selain itu, analisis regresi linear berganda bertujuan untuk memperlihatkan besarnya pengaruh



variabel bebas yaitu *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* dengan variabel terikat yaitu minat. Berdasarkan pada hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi sebelumnya, maka dapat disusun sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

**Tabel 4.16 Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,596	3182,598		0,007	0,994
	X <sub>1</sub>	0,477	0,118	0,361	4,040	0,000
	X <sub>2</sub>	0,213	0,080	0,249	2,650	0,009
	X <sub>3</sub>	0,303	0,103	0,245	2,944	0,004

Sumber: Data primer diolah, 2023

$$\gamma = (22,596) + 0,477X_1 + 0,213X_2 + 0,303X_3 + \varepsilon$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta bernilai positif sebesar 22,596 dapat dijelaskan bahwa jika variabel *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* bernilai 0 (nol), maka variabel dependen minat masyarakat Purwokerto akan bernilai 22,596.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *facilitating conditions* bernilai positif yakni menghasilkan nilai 0,477 mengartikan bahwa untuk setiap *facilitating conditions* naik 1 (satu) satuan, maka nilai variabel minat masyarakat akan bertambah sebesar 0,477 dengan anggapan variabel *electronic word of mouth* dan *cyber crime* adalah nol atau tetap.
- Nilai koefisien regresi pada variabel *electronic word of mouth* bernilai positif sebesar 0,213 dapat dijelaskan bahwa setiap variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) mendapati adanya peningkatan 1 (satu) satuan, maka nilai variabel minat masyarakat Purwokerto akan naik

sebesar 0,213 dengan anggapan bahwa variabel independen lainnya adalah tetap ataupun nol.

- d) Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel *cyber crime* bernilai 0,303 yang artinya untuk setiap *cyber crime* naik satu satuan, maka nilai variabel minat akan naik sebesar 0,303 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lainnya adalah tetap.

#### f. Uji t

Uji t digunakan atas dasar untuk mengetahui pengaruh secara parsial (sendiri) antara variabel bebas terhadap dependen. Terdapat kaidah dalam pengambilan keputusan yang digunakan untuk pengujian t yakni dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *coefficients*. Jadi, apabila nilai signifikansi  $\leq 0,05$  (5%) dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antar variabel independen (bebas) dengan variabel terikat (dependen).

Adapun didapatkan perhitungan t tabel pada penelitian ini sebesar 1,984. Hal tersebut diperoleh dengan melihat tabel *Chi Square* yakni yang pertama dengan menghitung *degree of freedom* ( $df = n - k = 100 - 4 = 96$ ). Dimana n merupakan jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel bebas dan variabel terikat dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%).

**Tabel 4.17 Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22,596	3182,598		0,007	0,994
	X <sub>1</sub>	0,477	0,118	0,361	4,040	0,000
	X <sub>2</sub>	0,213	0,080	0,249	2,650	0,009
	X <sub>3</sub>	0,303	0,103	0,245	2,944	0,004

a. Dependent Variable: Minat (Y)

Sumber: Data primer diolah, 2023

- 1) Pengaruh *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pada variabel *facilitating condition* ( $X_1$ ) memiliki nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  dan nilai  $t$  hitung sebesar  $4,040 > t$  tabel  $1,984$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima dalam artian bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

- 2) Pengaruh *electronic word of mouth* terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)

Berdasarkan pada hasil penelitian yang ditunjukkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel *electronic word of mouth*  $X_2$  sebesar  $0,009$  yang mana lebih kecil jika dibandingkan dengan standar signifikansi yang ditetapkan yakni  $0,05$  dan pada variabel *electronic word of mouth* memiliki nilai  $t$  hitung sebesar  $2,650 > t$  tabel  $1,984$ . Oleh karena itu, hipotesis kedua diterima sehingga terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *electronic word of mouth* terhadap minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

- 3) Pengaruh *cyber crime* terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui uji  $t$  juga dapat dilihat bahwa *cyber crime* berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto. Hal tersebut dibuktikan pada Tabel 4.17 yang menunjukkan bahwa pada variabel *cyber crime* ( $X_3$ ) memiliki nilai signifikansi  $0,004 \leq 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $2,944 > 1,984$ . Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa pada hipotesis ketiga diterima sehingga *cyber crime* berpengaruh dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

### g. Uji F

Uji signifikansi secara simultan (Uji F) bertujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi model secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun kaidah yang digunakan dalam pengujian ini yakni dapat ditinjau dari hasil nilai F hitung dan F tabel. Jika nilai F hitung  $\geq$  F tabel dengan signifikansi  $\leq 0,05$ , maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen (bebas) secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini diperoleh F tabel sebesar 2,70 yakni dengan melihat titik presentase distribusi F untuk probabilitas = 0,05 ((df untuk pembilang =  $k-1 = 4-1 = 3$  dan df untuk penyebut =  $n-k = 100-4 = 96$ ) dengan signifikansi sebesar 0,05 (5%)).

**Tabel 4.18 Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1878781507,89	3	626260502,633	22,665	0,000
	Residual	2652591682,85	96	27631163,363		
	Total	4531373190,75	99			

a. Dependent Variable: Minat (Y)

b. Predictors: (Constant), CC (X<sub>3</sub>), FC (X<sub>1</sub>), EWOM (X<sub>2</sub>)

Sumber: Data primer diolah, 2023

Hasil pengujian F (ANOVA) dapat dilihat pada Tabel 4.18 dengan melihat nilai F hitung sebesar  $22,665 \geq$  F tabel 2,70 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  maka model tersebut dapat menjelaskan variabel Minat. Dengan kata lain, secara bersamaan (simultan) variabel *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* berpengaruh dan signifikan terhadap variabel minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* terhadap

minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

### **1. Pengaruh *Facilitating Conditions* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile)**

Dari hasil pengkajian yang telah dilakukan dengan mengaplikasikan teknik analisis regresi linear berganda pada variabel kondisi yang memfasilitasi (*facilitating conditions*) menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,000 \leq 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $4,040 > t$  tabel 1,984. Nilai tersebutlah yang dapat membuktikan bahwa hipotesis pertama dinyatakan diterima. Hal ini memperlihatkan bahwa terdapat gejala pengaruh antara variabel *facilitating conditions* terhadap minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Dengan demikian, dijelaskan bahwa masyarakat Purwokerto setuju semakin terdapat fasilitas yang mendukung maka dapat menunjang mereka dalam penggunaan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

Apabila ditinjau dari segi *facilitating conditions* terdapat beberapa indikator yang berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan layanan *mobile banking* BSI Mobile. Berikut dijelaskan mengenai beberapa macam indikator *facilitating conditions* yang berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* khususnya BSI Mobile diantaranya adalah:

#### a. Ketersediaan sumber daya

Ketersediaan sumber daya menjadi salah satu aspek yang dapat mempengaruhi minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Hal tersebut dikarenakan kondisi fasilitas ataupun sumber daya berupa sarana dan prasarana yang didapatkan semakin baik, maka minat seseorang akan meningkat. Sebab apabila terdapat infrastruktur dan fasilitas yang memadai maka memungkinkan proses penerimaan teknologi dapat berjalan dengan lancar. Dengan demikian, dapat memudahkan seseorang untuk

memenuhi kebutuhannya. Ketersediaan sumber daya tersebut dapat berupa alat, sarana dan prasarana yang menunjang dalam penggunaan teknologi dalam hal ini berupa *mobile banking*. Seperti disediakannya *smartphone*, jaringan internet yang stabil, adanya kartu memori internal yang cukup dan lain sebagainya.

Ketersediaan sumber daya dalam penggunaan teknologi tentu menjadi komponen yang penting dan membawa manfaat besar bagi keberlangsungan penggunaan teknologi. Sebab apabila infrastruktur atau semua keperluan yang dibutuhkan oleh seseorang dalam penggunaan teknologi dapat terpenuhi maka akan melancarkan dalam proses penerimaan teknologi. Sebagai contoh apabila seseorang yang ingin menggunakan teknologi tetapi memiliki fasilitas yang kurang memadai seperti tidak adanya jaringan internet ataupun tidak mempunyai *smartphone* yang canggih, maka akan menghambat seseorang untuk mengadopsi teknologi dalam hal ini berupa layanan keuangan digital *mobile banking*. Dengan begitu ketika kita mempunyai sumber daya pendukung yang lengkap untuk menggunakan sebuah teknologi, maka dapat membangkitkan minat seseorang untuk menggunakan produk ataupun jasa pada perusahaan. Oleh karenanya, ketersediaan sumber daya dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

b. Pengetahuan

Pada dasarnya ketika ingin mengadopsi sebuah teknologi tidak cukup hanya dengan ketersediaan sumber daya, melainkan pengetahuan terkait dengan teknologi informasi juga diperlukan ketika ingin mengadopsi suatu teknologi dalam hal ini berupa layanan keuangan digital pada *mobile banking* (BSI Mobile). Sebab dengan mempunyai pengetahuan terkait dengan penggunaan teknologi, maka seseorang cenderung akan mengetahui manfaat yang akan diberikan dari teknologi tersebut. Sehingga hal ini akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakannya. Sebaliknya ketika seseorang tidak memahami terkait

dengan penggunaan teknologi, maka seseorang akan merasa kesulitan ketika mengadopsi sebuah teknologi, sehingga dapat menghambat pada proses penerimaan teknologi yang menyebabkan seseorang tersebut tidak ingin menggunakannya. Seperti yang dikutip dari penelitian Permana dan Rosiana (2022), yang menjelaskan bahwa pengetahuan akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan aplikasi MYOB (Permana & Rosiana, 2022). Proses penerimaan dan pemanfaatan teknologi melalui fasilitas pengetahuan juga tertuang dalam QS. Al. Anbiya (21):80

وَعَلَّمْنَاهُ صَنْعَةَ لَبُوسٍ لَّكُمْ لِنُحْصِنَكُمْ مِّنْ بَأْسِكُمْ فَهَلْ أَنْتُمْ شَاكِرُونَ

Artinya: “Dan Kami ajarkan (pula) kepada Dawud cara membuat baju besi untukmu, guna melindungi kamu dalam peperangan. Apakah kamu bersyukur (kepada Allah)?” (QS. Al-Anbiya (21): 80).

Pada ayat tersebut menjelaskan bahwa, Allah telah memberikan ilmu pengetahuan kepada umat manusia agar dapat berkreasi atau berinovasi dalam menciptakan sesuatu yang baru terkait dengan alat yang dapat memudahkan dalam kehidupan sehari-harinya.

#### c. Keterampilan

Keterampilan dasar terkait dengan penggunaan teknologi informasi menjadi hal yang krusial dalam menghadapi perkembangan era revolusi saat ini. Dengan kita mempunyai keterampilan dasar dalam penggunaan suatu teknologi maka dapat dengan mudah kita untuk menerima atau mengadopsi sebuah teknologi. Dengan keterampilan dalam menggunakan teknologi maka kita juga mampu untuk memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik. Melalui keterampilan yang baik juga sangat membantu seseorang memiliki rasa percaya diri untuk menggunakan sebuah teknologi sehingga dapat meningkatkan minat untuk menggunakan layanan keuangan digital (Sabella et al., 2022). Oleh karena itu, keterampilan yang baik mengenai teknologi informasi dapat membentuk niat seseorang untuk menggunakan layanan

keuangan digital. Pada hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa masyarakat Purwokerto setuju jika persepsi masyarakat Purwokerto terhadap kemampuan yang dimiliki untuk menggunakan layanan *mobile banking* menjadi bagian yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

d. Panduan penggunaan

Panduan terkait dengan penggunaan sebuah layanan *mobile banking* dapat membantu perusahaan untuk menyampaikan sebuah pesan terkait dengan penggunaan teknologi begitu juga pada penggunaan layanan keuangan digital lainnya. Panduan ataupun tutorial diperlukan agar calon pengguna dapat mengetahui dan memahami dengan mudah cara menggunakannya apalagi panduan tersebut dikemas dalam bentuk sebuah video tutorial penggunaan yang mempresentasikan gabungan antara gambar, audio dan animasi. Sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian kepada masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* yang nantinya dapat menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

e. Bantuan

Tersedianya bantuan juga mengindikasikan menjadi faktor penentu seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Dengan adanya bantuan seperti terdapat tenaga ahli atau layanan *call center* yang dapat membantu seseorang ketika menghadapi kesukaran dalam penggunaan sebuah teknologi maka dapat memudahkan seseorang ketika mengakses teknologi. Tersedianya bantuan bagi orang yang membutuhkan sangat berguna agar individu merasa diperhatikan. Misalnya pada masyarakat Purwokerto yang masih gagap akan menggunakan layanan keuangan digital berupa BSI Mobile maka orang tersebut akan cenderung tidak ingin menggunakannya. Berbeda halnya jika seseorang tersebut mempunyai fasilitas dalam bentuk bantuan dari orang lain yang dapat membantunya untuk belajar menggunakan sebuah layanan keuangan maka dapat menarik perhatian sendiri bagi orang



tersebut untuk menggunakan BSI Mobile. Sehingga dapat memperlancar dalam proses penerimaan teknologi.

f. *Compatibility*

*Compatibility* juga menjadi hal yang penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi *mobile banking*. *Compatibility* bertujuan untuk memastikan kepada calon pengguna *mobile banking* apakah layanan yang ditawarkan sudah sesuai dengan kebutuhan dan fungsi konsumen. Terdapat beberapa alasan nasabah untuk memutuskan menggunakan *mobile banking* yakni karena adanya kesesuaian antara inovasi dengan nilai dan norma individu. Sebab apabila inovasi sesuai dengan kebutuhan, gaya hidup, dan keinginan konsumen maka dengan mudah inovasi tersebut diterima oleh konsumen. Hal tersebut menandakan bahwa apabila penggunaan *mobile banking* dirasa sudah sesuai dengan pada era digital saat ini yang mana mengharuskan serba digital maka dapat mendorong calon pengguna untuk menggunakannya.

Dengan demikian, terdapat 6 (enam) indikator *facilitating conditions* yang menggambarkan kondisi yang memfasilitasi seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Sebab dengan adanya kondisi fasilitas yang dimiliki oleh seseorang semakin mendukung, maka akan semakin memudahkan pengguna dalam mengakses sebuah teknologi. Pernyataan tersebut juga didukung dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Iskandar et al. (2020), yang menghasilkan penelitian bahwa terdapat pengaruh antara *performance expectation*, *hedonic motivation*, dan *facilitating conditions* terhadap niat perilaku untuk menggunakan *mobile banking* (Iskandar et al., 2020).

Kemudian diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferghyna et al. (2020) dengan temuan hasil bahwa *facilitating conditions* berpengaruh secara positif terhadap variabel *use behavior* pada pengguna aplikasi BNI *Mobile Banking*. Menurutnya aspek yang perlu diperhatikan dalam penggunaan aplikasi BNI *mobile banking* yakni dengan memperhatikan kondisi fasilitas individu baik dalam hal ketersediaan

sumber daya yang dapat berwujud pengetahuan dan keterampilan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menyajikan sebuah tutorial penggunaan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI Mobile ataupun dengan melakukan sosialisasi.

Sebagai gambaran pada sebuah BSI Mobile dengan menyediakan berbagai pilihan fitur layanan yang dapat memudahkan nasabah, misalnya terdapat fitur emas, pembayaran pembiayaan, dan lain sebagainya. Kondisi fasilitas yang demikian tersebut dapat membuat minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile) meningkat. Adapun yang menjadi teori dasar dalam hasil penelitian ini adalah *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology* (UTAUT). Yang mana dalam teori UTAUT terdapat 4 kunci konstruksi utama yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions*.

## **2. Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile)**

Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan pada variabel E-WOM  $X_2$  terhadap minat masyarakat Purwokerto dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda menghasilkan nilai signifikansi sebesar  $0,009 \leq 0,05$  dan nilai  $t$  hitung sebesar  $2,650 > t$  tabel 1,984. Nilai tersebut yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dan sekaligus membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa E-WOM berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Terdapat beberapa macam indikator penelitian yang digunakan sebagai acuan dalam memberikan pernyataan kepada responden diantaranya adalah:

### 1) *Concern for others* (Kepedulian terhadap orang lain)

*Concern for others* merupakan kepedulian dan keinginan tulus untuk memberikan sebuah rekomendasi yang berguna untuk membantu

orang lain dalam pengambilan sebuah keputusan. *Concern for other consumer* juga dapat membantu calon pelanggan lain untuk mengambil keputusan menjadi lebih baik. Karena berdasarkan pada hasil penelitian melalui *rating* dan *review* di *Google Play Store* dapat membantu seseorang untuk mendapatkan sebuah rekomendasi ataupun informasi mengenai kualitas pelayanan pada BSI Mobile. Selain itu, melalui *rating* dan *review* yang diungkapkan oleh pelanggan lain di *platform online*, seseorang akan mendapatkan rekomendasi atau saran ketika memilih sebuah produk yang tersedia di *Google Play Store*.

Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan juga mengindikasikan bahwa semakin banyak yang merekomendasikan terkait dengan sebuah layanan *mobile banking* kepada calon pelanggan lainnya dapat meningkatkan niat seseorang untuk menggunakan BSI Mobile. Hal ini dikarenakan melalui *concern for others* dapat membentuk rasa kepedulian dan empati terhadap orang lain. Sehingga dapat menyebabkan seseorang mampu untuk bersedia mengutarakan pendapatnya yang nantinya dapat membantu guna membentuk minat orang lain (Annisa, 2016). Dengan mengunggah dan mengomentari terkait dengan aplikasi BSI Mobile melalui di *Google Play Store* pada unggahan tersebut dapat dilihat dan dibaca oleh para calon pelanggan hingga menyebabkan mereka dapat mengadopsi sebuah informasi tersebut dalam bentuk E-WOM.

2) *Expressing positive feeling* (ekspresi perasaan positif)

*Expressing positive feelings* yakni keinginan untuk berbagi terkait dengan pengalaman positif dengan orang lain. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui ulasan positif di *google play store*, seseorang dapat andil merasakan sebuah kepuasan dan sikap positif dari pengguna lain. Sebab semakin banyak kepuasan yang diungkapkan oleh pengguna lain maka secara tidak langsung akan berdampak pula pada citra positif pada aplikasi dan perusahaan tersebut. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan niat seseorang untuk menggunakannya.

*Expressing positive feelings* juga menandakan bahwa semakin banyak komentar positif maka semakin tinggi kemungkinan produk atau jasa tersebut dipercaya dan baik untuk digunakan. Pengalaman positif tersebut dapat diutarakan melalui kolom ulasan ataupun *rating* di *google play store*. Terlebih lagi apabila BSI secara aktif mengunggah ulang terkait dengan kesenangan orang lain ketika menggunakan aplikasi BSI Mobile. Maka dari itu, dimensi E-WOM berupa *expressing positive feelings* nantinya akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

3) *Helping the company*

*Helping the company* adalah rasa kepuasan terhadap suatu objek yang diungkapkan oleh pelanggan kepada publik. Sehingga hal tersebut dapat mendorong perusahaan untuk memantau kritik dan saran yang disampaikan oleh user sebagai tolak ukur dalam keberhasilan. Berdasarkan pada hasil penelitian juga menunjukkan bahwa apabila kepuasan konsumen yang cukup tinggi terhadap suatu produk atau jasa layanan perusahaan maka dapat meningkatkan calon pelanggan lain untuk menggunakannya.

4) *Platform assistance* (bantuan platform)

*Platform assistance* menjadikan ulasan dan *rating* salah satu media efektif dalam proses tukar informasi dengan pihak lain. Dengan adanya sebuah platform *online* baik itu berupa ulasan di *google play store* dapat dengan mudah mengetahui pendapat konsumen akan suatu objek dengan lebih efektif dan efisien. Dengan adanya *platform assistance* juga dapat dijadikan promosi dan mempermudah pengenalan untuk menyebarkan informasi khususnya mengenai *mobile banking*. Sebab dengan adanya *platform assistance* dapat mempermudah seseorang dalam memperoleh informasi yang diinginkan dan membantu untuk melakukan komunikasi atau berinteraksi dengan konsumen lain. Melalui kemudahan yang diberikan melalui *platform assistance* maka

dapat membantu untuk menumbuhkan minat seseorang dalam menggunakan produk perusahaan.

5) *Information usefulness*

*Information usefulness* yaitu mengacu pada persepsi orang bahwa kegunaan informasi yang disebarkan oleh orang lain akan meningkatkan minat mereka untuk menggunakan produk atau jasa tertentu pada perusahaan. Mereka merasa apabila informasi yang didapatkan semakin informatif dan memiliki nilai maka secara tidak langsung dapat memberikan keyakinan pada konsumen. Dengan menganggap bahwa informasi yang disebarkan melalui ulasan di Google Play Store dapat memberikan sebuah manfaat, maka dapat mempengaruhi niat dan keputusan konsumen terhadap penggunaan sebuah aplikasi *mobile banking* (BSI Mobile). Karena apabila informasi yang dibagikan oleh orang lain semakin informatif, berguna, dan dapat dipercaya maka akan meningkatkan minat masyarakat untuk mengadopsi layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

6) *Review valance*

*Review valance* diartikan sebagai pernyataan positif atau negatif. E-WOM disini biasanya mengacu pada pengalaman pengguna yang menyenangkan ataupun kurang menyenangkan. Melalui *review valance* pengguna dapat melihat ulasan positif dan negatif. Pada penelitian ini tidak difokuskan pada salah satu jenis ulasan saja, Sehingga dapat membuktikan bahwa semua jenis ulasan yang dituliskan oleh pengguna lain di *platform online* dapat menunjukkan bahwa ulasan yang positif dapat mempengaruhi pandangan dan persepsi positif pengguna. Pada ulasan positif juga meningkatkan minat individu untuk menggunakan produk ataupun jasa pada perusahaan. Begitu sebaliknya, ulasan negatif dapat merusak citra perusahaan dan mengurangi niat penggunaan. Akan tetapi, pada proses komunikasi tersebut harus dilakukan dengan jujur apa adanya sebagaimana pada QS. Al. Ahzab: (70)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَفُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar” (QS. Al-Ahzab: 70).

Dalam pandangan Islam, apabila dikaitkan dengan *Electronic Word of Mouth* yang merupakan bagian dari proses komunikasi pemasaran, maka diperintahkan agar seseorang dalam mempromosikan suatu produk atau jasa dilakukan dengan apa adanya dan jujur tanpa ada menutupi segala kekurangannya.

Hasil penelitian diatas searah dengan penelitian yang dikemukakan oleh Amartya dan Bestari (2022), yang menemukan bahwa E-WOM mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap minat untuk menggunakan aplikasi. Karena konten yang dibuat semakin menarik dan informatif, maka secara tidak langsung pengguna akan merasa tergerak untuk menyebarkan sebuah informasi tersebut yang dimana kegiatan tersebut disebut dengan *electronic word of mouth* dengan aplikasi sebagai media penyebaran konten. Kemudian terdapat hasil temuan oleh Affifatusholihah et al. (2022), yang menunjukkan hasil bahwa *perceived usefulness*, *perceived ease of use* dan *electronic word of mouth* berpengaruh secara langsung terhadap minat seseorang untuk menggunakan aplikasi investasi *crypto*.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Shankar et al. (2020), menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara *electronic word of mouth* dengan niat untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Jadi pada hasil temuan pada penelitian ini, dengan adanya ulasan terkini, akurat dan lengkap dapat meningkatkan niat pelanggan untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Demikian pula, jika pelanggan menemukan sebuah komentar dan ulasan positif pada platform *online* yang juga mengandung beberapa komentar negatif didalamnya dapat mempengaruhi niat mereka untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Karena mereka cenderung

menganggap ulasan tersebut dapat dipercaya karena adanya ulasan yang up-to-date, akurat dan komprehensif.

### 3. Pengaruh *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile)

Berdasarkan hasil penelitian melalui uji t yang telah dilakukan terlihat bahwa pada variabel *cyber crime* didapati hasil nilai t hitung sebesar 2,944 > t tabel 1,984 dengan signifikansi bernilai  $0,004 \leq 0,05$ . Sehingga dapat dinyatakan terdapat pengaruh antara *cyber crime* terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Dengan demikian dugaan pada hipotesis ke-3 dapat diterima. Terdapat beberapa indikator *cyber crime* yang berpengaruh terhadap minat masyarakat Purwokerto dalam penggunaan layanan *mobile banking* BSI Mobile. Berikut dijelaskan mengenai beberapa macam indikator *cyber crime* yang berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* khususnya BSI Mobile diantaranya adalah:

#### 1. Terjadinya *Cyber Crime*

Terjadinya kejahatan siber pada orang lain dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap penggunaan layanan *mobile banking*. Dengan adanya tantangan dan ancaman berupa kejahatan siber tersebut dapat merangsang dan menarik perhatian seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Sebab seseorang akan lebih bijak ketika terdapat tantangan dan ancaman. Kejahatan siber yang terjadi pada dunia perbankan seperti halnya terjadi *hacking*, *phising*, *ransomware*, dan lain sebagainya seseorang akan cenderung lebih berhati-hati ketika menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu, tidak heran apabila masyarakat lebih sering mengambil risiko yang cukup tinggi dikarenakan masyarakat merasakan bahwa akan sebanding dengan manfaat yang diberikan. Kemudian apabila risiko tersebut dapat diantisipasi dengan tepat maka dapat membentuk niat seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Namun tidak dipungkiri juga bahwa kejahatan siber ini dapat berdampak pada kerugian nasabah dan

perusahaan itu sendiri. Maka dari itu, kejahatan siber sangat dilarang oleh Allah sebagaimana pada QS. Al-Maidah ayat 38:

وَالسَّارِقُ وَالسَّارِقَةُ فَاقْطَعُوا أَيْدِيَهُمَا جَزَاءً بِمَا كَسَبَا نَكَالًا مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَزِيزٌ  
حَكِيمٌ

Artinya: “Adapun orang laki-laki maupun perempuan yang mencuri, potonglah tangan keduanya (sebagai) balasan atas perbuatan yang mereka lakukan dan sebagai siksaan dari Allah. Dan Allah Mahaperkasa, Mahabijaksana. (QS. Al-Maidah (5): 38)

Pada QS Al-Maidah ayat 38 dijelaskan bahwa Allah dengan tegas melarang orang yang mencuri baik itu untuk laki-laki maupun perempuan. Begitu juga apabila dikaitkan dengan kejahatan siber yang termasuk merupakan perbuatan yang sengaja melanggar perintah Allah. Kejahatan siber sering membuat kekacauan di masyarakat sekitar dan bahkan dapat menyebabkan kerugian pada salah satu pihak seperti halnya pencurian data pribadi ataupun pencurian uang nasabah dengan memanfaatkan teknologi komputer. Maka dari itu, kejahatan siber seperti pencurian yang dilakukan secara diam-diam melalui jaringan komputer merupakan salah satu kegiatan yang dilarang oleh Allah.

## 2. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan sebuah tingkat keyakinan pada seseorang terhadap objek tertentu. Apabila persepsi kepercayaan seseorang terhadap objek tertentu semakin baik maka akan menimbulkan motivasi yang tinggi terhadap sesuatu yang nantinya dapat berdampak pula pada peningkatan rasa minat seseorang. Seperti pada hasil penelitian, menunjukkan bahwa masyarakat memiliki motivasi yang tinggi untuk menggunakan layanan *mobile banking* dikarenakan memiliki kepercayaan yang kuat bahwa *mobile banking* merupakan layanan keuangan digital yang aman. Sehingga kepercayaan tersebut dapat berpengaruh terhadap minat seseorang terhadap layanan *mobile banking*. Kejahatan siber dapat berdampak pada keadaan psikologis seseorang terhadap penggunaan layanan *mobile banking*.



Pengalaman yang dialami oleh konsumen sebagai korban kejahatan siber secara tidak langsung dapat membentuk persepsi yang negatif pada orang lain. Sebab sesuatu yang tidak diinginkan ketika menggunakan *mobile banking* seperti kebocoran pin, penipuan, dan risiko salah transfer dapat menyebabkan nasabah menjadi tidak percaya terhadap penggunaan *mobile banking*. Apabila pengalaman baik lebih dirasakan maka akan memberikan reaksi yang baik pula pada konsumen dalam menentukan pilihannya. Terjadinya kejahatan *cyber* pada individu dapat dikatakan sebagai pengalaman penggunaan yang buruk. Sehingga apabila kejahatan siber terus terjadi di lingkungan perbankan dan tanpa ada tindak lanjut dari perusahaan maka dapat mempengaruhi kepercayaan seseorang yang mana dapat menyebabkan seseorang enggan untuk menggunakannya.

Rasa minat tersebut muncul ketika seseorang merasa yakin dan percaya bahwa keamanan pada *mobile banking* tersebut sudah terjamin. Dan mereka merasa bahwa walaupun sudah pernah menjadi korban kejahatan siber masih menganggap bahwa *mobile banking* merupakan layanan keuangan digital yang baik. Terjadinya kejahatan siber di lingkungan masyarakat dapat menyebabkan masyarakat merasa khawatir dan penuh keraguan akan layanan keuangan digital. Sebagai contoh, dampak pencurian identitas seseorang pada tingkat emosional dapat membuat orang tersebut menjadi tertekan dan merasa cemas. Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan seseorang kurang berminat untuk mengadopsi teknologi karena hilangnya kepercayaan pada dunia maya. Hal ini mengindikasikan bahwa kepercayaan menentukan faktor minat untuk mengadopsi layanan *mobile banking*. Dengan adanya pengaruh yang diberikan, maka perusahaan (bank) sudah seharusnya memperhatikan aspek-aspek terkait dengan persepsi guna membentuk persepsi konsumen yang positif terhadap bank syariah. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi kepercayaan masyarakat terhadap suatu produk

dan jasa pada perbankan maka semakin meningkat minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa tersebut.

### 3. Tindak lanjut pihak bank

Mengambil tindakan untuk menyelesaikan sebuah perkara. Nasabah cenderung akan memperhatikan kinerja suatu perusahaan dalam meminimalisir terjadi kerugian kepada nasabah. Dengan cepat teratasinya sebuah masalah maka kinerja suatu bank dapat dikatakan baik. Begitu sebaliknya apabila tidak ada tindakan apapun dari pihak bank membuat masalah tersebut akan berlarut-larut yang nantinya dapat berdampak pada minat masyarakat untuk menggunakan produk/jasa keuangan digital perbankan. Jadi, apabila bank menindak lanjuti kejahatan siber dengan cepat dan tepat maka akan berpengaruh terhadap minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Masyarakat cenderung percaya karena semakin banyak perkara yang dapat diatasi menandakan bahwa kinerja perusahaan baik dan nantinya akan menumbuhkan rasa minat pada masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

### 4. Perlindungan

Perlindungan nasabah khususnya bagi pengguna *mobile banking* menjadi faktor yang penting dalam menjaga kepercayaan nasabah. Perlindungan merupakan salah satu tindakan agar nasabah dapat merasa aman dalam bertransaksi. Dengan memberikan perlindungan yang tepat bagi nasabahnya dengan tersedianya fitur-fitur keamanan yang telah disediakan oleh bank seperti tersedianya password dan PIN maka nasabah dapat dengan tenang menggunakan aplikasi *mobile banking*. Selain itu, dapat memberikan sosialisasi kepada nasabah dalam mengatasi kejahatan siber dan melakukan evaluasi dalam rangka untuk meminimalisir terjadinya serangan siber. Apabila semakin tinggi tingkat perlindungan (proteksi keamanan) pada *mobile banking* dan sudah memenuhi atau menjamin keamanan nasabah saat melakukan transaksi

pada *mobile banking* maka dapat meningkatkan minat seseorang dalam penggunaan *mobile banking*.

#### 5. Pengetahuan

Pengetahuan nasabah seputar kejahatan siber juga dapat meningkatkan minat seseorang untuk menggunakan layanan keuangan digital. Sebab pengetahuan seputar unsur-unsur penipuan dan tindak kejahatan terhadap layanan yang digunakan menjadikan nasabah tidak akan merasa khawatir untuk menggunakan layanan *mobile banking* dan menumbuhkan minat seseorang untuk menggunakannya. Karena semakin kita mengetahui cara menindak lanjuti kejahatan siber maka akan semakin aman. Begitu juga sebaliknya kurangnya pengetahuan tentang cara mengamankan perangkat teknologi mereka atau dengan kata lain tingkat pemahaman publik yang rendah tentang ancaman dunia maya dan praktik keamanan dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan pada layanan keuangan digital. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pengetahuan seseorang maka akan menimbulkan niat untuk menggunakan layanan keuangan digital dalam hal ini layanan *mobile banking*.

Hasil penelitian diatas searah dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Apau dan Koranteng (2019) yang menjelaskan bahwa *cyber crime perceptions, trust of e-commerce sellers* dan *trust in internet medium* berpengaruh terhadap niat pembelian konsumen untuk menggunakan *e-commerce*. *Cyber crime perception* dapat mempengaruhi niat pengguna karena aktivitas penipuan online yang terus menerus terjadi seperti terjadinya phising, dan banyak hal lain mengakibatkan banyak konsumen memiliki persepsi yang negatif terkait dengan transaksi online. Karena mereka khawatir akan keamanan pada aplikasi.

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Apau dan Lallie (2022) juga mengungkapkan bahwa terlepas dari kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi M-Banking, pengguna kerap kali tidak mempercayai keamanan aplikasi karena sering terjadi gangguan pada keamanan dan meningkatnya

serangan siber. Kepercayaan institusional dan kepercayaan teknologi dikonfirmasi sebagai faktor yang dapat mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi aplikasi *mobile banking*. Sehingga efek dari keamanan dan kepercayaan adalah hal yang sangat kompleks. Maka dari itu, jaminan keamanan perlu ditingkatkan dan kepercayaan harus dianggap penting dalam strategi masa depan yang ditunjukkan untuk mempromosikan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* (Apau & Lallie, 2022).

Kemudian terdapat penelitian sebelumnya yang sejalan dengan penelitian ini seperti dikutip dari Kota dan Kusumastuti (2022), yang menjelaskan bahwa risiko memiliki pengaruh secara negatif terhadap minat nasabah ketika menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut dikarenakan proteksi pada sistem yang kurang baik dapat menimbulkan keraguan pada nasabah ketika menggunakan sebuah sistem fasilitas *mobile banking*. Nasabah cenderung merasa takut bahwa angka PIN dapat diketahui orang lain tanpa mereka tahu. Keadaan yang demikian itu dapat mengurungkan minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *mobile banking*. Begitu juga sebaliknya, apabila fitur pada *mobile banking* sudah dilengkapi dengan sistem keamanan yang memadai dan terpercaya maka dapat meningkatkan niat perilaku seseorang terhadap penggunaan layanan *mobile banking* (Kota & Kusumastuti, 2022).

Pratiwi dan Sukarnasih (2020) menerangkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara penggunaan *internet banking* terhadap *cyber crime* di Masyarakat Denpasar Selatan. Hal tersebut dikarenakan pada zaman sekarang lebih cenderung menggunakan transaksi online daripada melakukan transaksi secara langsung sehingga dengan adanya hal tersebut dapat mengundang terjadinya kejahatan berupa *cyber*.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis dengan melakukan pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda maka dapat ditarik sebuah kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *facilitating conditions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Sebab dengan adanya kondisi fasilitas yang dimiliki oleh seseorang semakin baik maka dapat meningkatkan niat individu dalam mengadopsi layanan *mobile banking*. Sehingga hal ini dapat menarik perhatian nasabah.
2. *Electronic word of mouth* (E-WOM) secara positif dan signifikan dapat mempengaruhi minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Aspek berupa *electronic word of mouth* juga dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi niat individu dalam menggunakan aplikasi layanan *mobile banking*. Sebab semakin banyak ulasan ataupun rekomendasi terkait dengan layanan *mobile banking* dapat membentuk rasa minat pada individu.
3. *Cyber crime* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile). Ancaman dan tantangan berupa kejahatan siber tersebut dapat membentuk rasa minat pada masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Kemudian, apabila keamanan suatu sistem layanan *mobile banking* terjamin maka dapat memberikan rasa kepercayaan pada masyarakat sehingga dapat membentuk rasa minat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).
4. *Facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime* secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat Purwokerto untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).

## B. Saran

Berdasarkan pada kesimpulan dan hasil penelitian yang telah diuraikan pada sebelumnya maka dapat diberikan sebuah saran sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada masyarakat Purwokerto sehingga disarankan agar dapat memperluas jangkauan penelitian. Selain itu, bagi penelitian selanjutnya dapat menambahkan sebuah variabel lain yang menjadi faktor dalam menentukan minat masyarakat untuk menggunakan layanan *mobile banking* (BSI Mobile).
2. Bagi pihak Bank Syariah Indonesia, diharapkan dapat meningkatkan keamanan pada layanan *mobile banking* dan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan Bank Syariah Indonesia dalam rangka untuk meningkatkan pelayanan pada layanan keuangan digital terutama pada BSI Mobile serta memperkuat sistem keamanan data para nasabah agar meminimalisir terjadinya kejahatan siber.
3. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat menjadi sarana edukasi bahwa masyarakat harus selalu waspada dan memperhatikan sebuah ancaman yang dapat merugikan secara materiil maupun non materiil dalam menghadapi perkembangan teknologi yang ada khususnya dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Affifatusholihah, L., et al. (2022). *Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model dan Electronic Word of Mouth pada Minat Menggunakan Aplikasi Investasi Crypto*. 7(6).
- Aladin, A. L., et al. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile Food Ordering Apps: An Empirical Study of The Factors Affecting Customer E-Satisfaction and Continued Intention to Reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28–44. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.04.008>
- Amartya, A., & Bestari, D. K. P. (2022). Pengaruh Electronic Service Quality dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi dan Keputusan Pembelian Sociolla (Studi pada Pengguna Sociolla di Kota Bandung). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(9).
- Ameliah, R., et al. (2021). *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*.
- Angelia, D. (2022). Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia 2022. *goodstats.id*.
- Annisa, F. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Richeese Factory). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Apau, R., & Koranteng, F. N. (2019). Impact of Cybercrime and Trust on The Use of E-Commerce Technologies: An Application of The Theory of Planned Behavior. *International Journal of Cyber Criminology*, 13(2), 228–254. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3697886>
- Apau, R., & Lallie, H. S. (2022). Measuring User Perceived Security of Mobile Banking Applications. *Akten Appiah- Menka University of Skills Training and Entrepreneurial Development*, 1–36. <http://arxiv.org/abs/2201.03052>
- Arbaini, P. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 25–33. <https://doi.org/10.26905/jbm.v7i1.3897>
- Arifah, D. A. (2011). Kasus Cybercrime di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 18(2), 185-195.
- Arofah, N. R., et al. (2020). Internet Banking and Cyber Crime: a Case Study in National Banking. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 18(2), 107-119.
- Astawa, I. B. (2017). *Pengantar Ilmu Sosial*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Audina, M., et al. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Behavioral Intention Transaksi Keuangan Digital (E-Wallet) Pada Generasi Milenial di Kota Palembang. *Media Riset Bisnis dan Manajemen*, 21(2), 99–116.

<https://doi.org/10.25105/mrbm.v2i1i2.12895>

- Azhar, M., et al. (2021). The Effect of Digital Marketing and Electronic Word of Mouth on Purchase Decisions and Customer Satisfaction. *Seminar Nasional Informatika*, 289–305.
- Bakhtiar, M. R., et al. (2020). Faktor-Faktor Pengaruh Minat Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Al Tijarah*, 6(3), 156-167.
- Bashir, N. A. A. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 untuk Mengetahui Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penggunaan SIORTU. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 5(1), 42–51. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v5i1.30636>
- BSI. (2021). *Energi Baru untuk Indonesia 2021 Laporan Tahunan*. <https://www.bankbsi.co.id/>.
- Cahaya, C. (2021). 35 Nasabah BRI Kota dan Kabupaten Tegal Kena Skimming, Kerugian Rp 202.850.000. *Suara Merdeka*.
- Candra, K. Y. A., & Yasa, N. N. K. (2023). *Event Marketing, E-WOM, Citra Merek Terhadap Niat Beli: Konsep dan Aplikasi*. Bali: Penerbit Intelektual Manifes Media.
- Chandra, F. S., & Novita, D. (2020). Analisis Penerimaan Masyarakat Terhadap LayananTransportasi Online Menggunakan UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology). *JTSI*, 1(1), 23–33.
- Charisma, J.A. (2020). "Analisis Minat dan Perilaku Pengguna E-Wallet Perluasan UTAUT 2 dengan Budaya Sebagai Moderasi (Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang)", *Skripsi*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim.
- Danuri, M. (2019). Development and Transformation of Digital Technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Darwin, M., et al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Jawa Barat: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The Influence of eWOM in Social Media on Consumers' Purchase Intentions: An Extended Approach to Information Adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47–55. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.003>
- Ferghyna, Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2020). Pengaruh Facilitating Conditions dan Behavioral Intention terhadap Use Behavior pada Pengguna Aplikasi BNI Mobile Banking. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(9), 3201–3208.
- Firdawati, L. (2021). *Efektivitas Metode Suggestopedia Menggunakan Musik Klasik Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Siswa SMP Negeri 01 Lebong*. Purwokerto: CV. Tatakata Grafika.



- Fitri, J. (2021). "Pengaruh Internet Banking dan Cyber Crime Terhadap Kepercayaan Nasabah di Perbankan Syariah (Studi Pada Bank Syariah Mandiri Tapak Tuan)", *Skripsi*. Banda Aceh: Universitas Islam Ar-Raniry Banda Aceh.
- Giantari, I. G. A. K., & Sukawati, T. G. R. (2023). *Strategi Reciprocity UMKM Coffee Shop di Bali*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Gunawan, C. (2019). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Hasrul, A. F., & Sembiring, R. (2021). Analisis Pengaruh Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli Produk Elektronik di Tokopedia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2, 1352–1365.
- Hennig-Thurau, T., et al. (2004). Electronic Word-of-Mouth Via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on The Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hutasuhut, J., et al. (2023). *Sistematika Karya Tulis: Artikel Ilmiah Bidang Ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia*. Medan Sunggal: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Iskandar, M., et al. (2020). Analysis of Factors Affecting Behavioral Intention and Use of Behavioral of Mobile Banking Using Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 Model Approach. *International Review of Management and Marketing*, 10(2), 41–49. <https://doi.org/10.32479/irmm.9292>
- Kamilah, L. N. (2020). "Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Pada Minat Beli Pelanggan di Situs Social Commerce Media Sosial Instagram", *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Kapoor, A. P., & Vij, M. (2020). How to Boost your app Store Rating? An Empirical Assessment of Ratings for Mobile Banking Apps. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 15(1), 99–115. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762020000100108>
- Khairiyah, W. (2017). "Hubungan Antara Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, dan Facilitating Conditions Pada Intensi Dosen Dalam Penggunaan Learning Management System (LMS) di Universitas Hasanuddin Makassar", *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Khoirunnisak, W. (2016). "The Implementation of Unified Theory of Acceptance and User of Technology (UTAUT) untuk Menganalisis Faktor-Faktor Penerimaan Dosen Terhadap Penggunaan E-Learning Share-ITS", *Skripsi*. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.

- Kota, T. P., & Kusumastuti, S. Y. (2022). Analisis Pengaruh Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 10(3), 276–288. <https://doi.org/10.31846/jae.v10i3.515>
- Krishna, A. G. (2019). *Be a Cyber Warrior: Beware of Cyber Crimes*. India: Prowess Publishing.
- Kurniawan, A., et al. (2022). *Digitalisasi Sebagai Pengembangan Model Pembelajaran*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Kusuma, M. J. (2019). *Hukum Perlindungan Nasabah Bank: Upaya Hukum Melindungi Nasabah Bank Terhadap Tindak Kejahatan ITE di Bidang Perbankan*. Bandung: Penerbit Nusa Media.
- Kusumastuti, A., et al. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Laela, & Asdar, M. (2022). *Manajemen Pemasaran Digital Kunci Sukses Masa Depan*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Marion, N. E., & Twede, J. (2020). *Cybercrime: An Encyclopedia of Digital Crime*. California: ABC-CLIO.
- Marwan, et al. (2023). *Analisis Jalur & Aplikasi SPSS Versi 25*. Medan Sunggal: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Maskun. (2013). *Kejahatan Siber (Cyber Crime): Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Mehta, C. R., & Patel, N. (2010). SPSS Exact Tests. In *SPSS* (Nomor January, hal. 1–220). Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health.
- Nasution, D. S., et al. (2019). *Ekonomi Digital*. Mataram: Universitas Islam Negeri Mataram.
- Nugroho, A. (2023, Mei 13). Geng Ransomware Lockbit 3.0 Akhirnya Buka Suara: Kami Curi 1,5 TB Data Nasabah dan Karyawan BSI. Password Seluruh Layanan Juga Dikuasai. *cyberthreat.id*
- Nurhaliza, S. (2021, April 14). Waspada Kasus Skimming, Nasabah BRI dan BNI Sudah Menjadi Korban. *idxchannel.com*.
- OJK. (2021). Cetak Biru Transformasi Digital Bank. *Ojk.go.id*.
- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Teori dan Aplikasi Praktis untuk Sosial-Ekonomi*. Magelang: Pustaka Rumah Cinta.
- Pasha, T. A. P. (2022). *Consumer Behavior Essence, Position & Strategy*. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Permana, G. P. L., & Rosiana, P. M. (2022). Pengaruh Tingkat Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Tingkat Pengetahuan Akuntansi, dan

- Computer Self Efficacy Pada Penerimaan Aplikasi MYOB Pada Siswa SMK Akuntansi di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 7(1), 89–105. <https://doi.org/10.38043/jiab.v7i1.3464>
- Petrović, M., et al. (2020). The Influence of eWOM on The Use of Mobile Banking. *Ekonomika Preduzeca*, 69(3–4), 95–104. <https://doi.org/10.5937/ekopre2102095p>
- Pradita, K. Y. K. (2021). Determinan Faktor yang Mempengaruhi *E-Trust* dan Minat Menggunakan Aplikasi Alodokter, *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 5(3), 450-457.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 17(02), 151–158.
- Prasetyo, A., & Wardhani, A. M. N. (2022). Analisis Pengaruh Perceived Risk dan Trust Terhadap Pengujian Behavioral Intention Mahasiswa Pengguna GoPay. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 5(1), 29–57. <https://doi.org/10.24071/exero.v5i1.5038>
- Prasetyono, et al. (2021). *Fraud in Financial Scams, Credit Card, and Computer: a Bibliometric Approach*. Jawa Barat: CV. Andanu Abimata.
- Pratiwi, N., & Sukarnasih, D. M. (2020). Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime di Masyarakat Denpasar Selatan. *TIERS Information Journal*, 1(2), 26–33.
- Purnomo, A. K. (2019). *Pengelolaan Riset Ekonomi jadi Mudah dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV. Jakad Publishing.
- Qomusuddin, I. F., & Romlah, S. (2022). *Analisis Data Kuantitatif dengan Program IBM SPSS Statistic 20.0*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Qutub, S. (2014). *Cyber Terrorism dalam Tinjauan Hukum Islam*. Serang: Penerbit A-Empat.
- Rahmah, Y. N. (2018). "Pengaruh Penggunaan Internet Banking dan Perlindungan Nasabah Pengguna Fasilitas Internet Banking Terhadap Cyber Crime di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)", *Srkipsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Rosario, A. B., et al. (2020). Conceptualizing The Electronic Word-of-Mouth Process: What We Know and Need to Know About eWOM Creation, Exposure, and Evaluation. In *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 422-448. Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00706-1>

- Sabella, R. I., et al. (2022). Pengaruh Keterampilan Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Melalui Sikap Berwirausaha dan Perceived Behavior Control Pada Santri di Pondok Pesantren Kabupaten Kediri. *Jurnal Manajemen Akuntansi Palapa Nusantara*, 7(1), 1–14.
- Sagala, M. J., et al. (2021). *Hukum dan Cybercrime*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Salsabila, R. F., & Paranita, E. S. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Reservasi Hotel. *Judicious Journal of Management*, 1(2), 73–79. <https://doi.org/10.37010/jdc.v1i2.146>
- Sari, A. S. N. (2021). "Pengaruh Prinsip Kehati-Hatian Terhadap Ancaman Situs Phishing Pada Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah di Kota Palopo)", *Skrripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Sari, R. A. K. P. (2020). "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Pegawai Menggunakan Mobile Banking Pada Pegawai Kantor Pelayanan dan Pengawasan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean C Manado", *Skripsi*. Manado: IAIN Manado.
- Sari, S.P., & Cristina, S. (2020). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains dan Teknologi*, 2(1), 698.
- Setiawardani, M., & Riyanto, T. A. (2023). Peningkatan Minat Beli Ulang melalui E-Service Quality Studi Pada Konsumen Bukalapak. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(1), 49–60.
- Setyorini, A., & Meiranto, W. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan dan Penggunaan Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) dengan Menggunakan UTAUT 2 (Studi Empiris pada Pengguna Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA) di Kota Salatiga). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(1).
- Shankar, A., et al. (2020). How Do Electronic Word of Mouth Practices Contribute to Mobile Banking Adoption? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.101920>
- Shantika, N. R., et al. (2022). Analisis Faktor Pendorong Niat Menggunakan Aplikasi PeduliLindungi Menggunakan Model Technology Acceptance. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 8(2), 403–412. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i2.4929>
- Sianipar, F. A. H., & Yoestini. (2021). Analisis Pengaruh Customer Review dan Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk di Online Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4).
- Sidik, F. M. (2023). Terbongkar Penipuan APK-Link Illegal Bikin Rugi Belasan

Miliar. *Detik*.

- Sidiq, M. (2014). *Ilmu Kealaman Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Silitonga, M. L. (2022). Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Perceived Value Terhadap Niat Beli Smartphone. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 998–1004.
- Simanihuruk, P., et al. (2023). *Memahami Perilaku Konsumen (Strategi Pemasaran yang Efektif pada Era Digital)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Siregar, S. (2013). *Statistika Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sobri, M., et al. (2017). *Pengantar Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (2 ed.). Bandung: CV. Alfabeta.
- Sulasih, S., et al. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace dengan Theory Planned Behaviour dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *el-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Supryadi, D. I., & Sutanto, H. (2018). E-WOM (Electronic Word Of Mouth): Dimensi dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Gili Matra di Kabupaten Lombok Utara (KLU). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 69–89.
- Susilowati, A., et al. (2021). Effects of UTAUT 2 Model on The Use of The BCA Mobile Banking in Indonesia. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(3), 5378-5387.
- Suyono. (2018). *Analisis Regresi untuk Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syafril. (2020). *Bank dan Lembaga Keuangan Modern Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Syahlan, M. F. (2021). "Penerimaan Pengguna Aplikasi Trafi Menggunakan Model Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) dan Task Technology Fit (TIF)", *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Hubungannya dengan Minat Belajar Matematika Siswa*. Indonesia: Guepedia.
- Tsao, W. C., et al. (2015). Compliance with eWOM: The Influence of Hotel Reviews on Booking Intention from The Perspective of Consumer Conformity. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 99–111. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.01.008>
- Tusyanah. (2022). *Eksplorasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Adopsi*

*Transaksi Non Tunai dengan Model UTAUT Pada Generasi Millennial*. Jawa Timur: Qiara Media.

- Utama, R. S. (2021). "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Berkelanjutan Layanan Mobile Banking Syariah di Indonesia", *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Venkatesh, V., et al. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly: Management Information Systems Research Center*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Widianingrum, K. (2021). "Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus BNI Syariah Wilayah DKI Jakarta)", *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Yoon, Y., et al. (2019). The Effects of eWOM Characteristics on Consumer Ratings: Evidence From TripAdvisor.com. *International Journal of Advertising*, 38(5), 1–20. <https://doi.org/10.1080/02650487.2018.1541391>
- Yuliana, P. D., & Aprianingsih, A. (2022). Factors Involved in Adopting Mobile Banking for Sharia Banking Sector Using UTAUT 2. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 26(1), 184–207. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v26i1.6858>
- Yulianson. (2023). Kelompok Ransomware Lockbit Akhirnya Sebar 1,5 TB Data Karyawan dan Nasabah BSI ke Internet. *Liputan 6*.
- Zamani, L. (2021). Bank Jateng Beberkan Soal 53 Nasabah Jadi Korban Skimming, Total Kerugian 1,6 M. *Kompas*.
- Zolkepli, I. A., et al. (2020). Mobile Consumer Behaviour on Apps Usage: The Effects of Perceived Values, Rating, and Cost. *Journal of Marketing Communications*, 27(6), 571–593. <https://doi.org/10.1080/13527266.2020.1749108>
- Zulfajri, et al. (2021). *Pendidikan Anak Prasekolah*. Jawa Barat: EDU Publisher.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Observasi Pendahuluan

#### KUESIONER PENELITIAN

#### PENGARUH *FACILITATING CONDITIONS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN *CYBER CRIME* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PURWOKERTO UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (BSI MOBILE)

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang terhormat kepada responden,

Perkenalkan nama saya Ikhtiar Nurul Imam Subhekti dengan NIM. 1917202193 dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Dengan ini saya memohon bantuan kepada Saudara/i untuk mengisi kuesioner mengenai Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI Mobile) berdasarkan *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, dan *cyber crime*. Semua jawaban atau tanggapan dari Saudara/i akan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya digunakan untuk keperluan penelitian serta dimanfaatkan untuk tujuan akademis.

Pada penelitian ini tidak ada jawaban yang benar ataupun salah. Karena semua jawaban Saudara/i merupakan masukan yang berharga bagi penelitian ini. Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tak ternilai harganya bagi penelitian ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan Saudara/i yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya,

Ikhtiar Nurul Imam S

## IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Umur :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Alamat :

No	Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban	
<i>Mobile Banking (A)</i>		Ya	Tidak
1.	Apakah saudara/i mempunyai layanan <i>mobile banking</i> ?		
2.	Apakah saudara/i mempunyai aplikasi BSI Mobile?		
3.	Berapa lama saudara/i menggunakan layanan <i>mobile banking</i> ?		
4.	Apa saja layanan fitur yang saudara/i gunakan pada aplikasi BSI Mobile?		
5.	Apabila saudara/i tidak menggunakan BSI Mobile, Apa saja layanan fitur yang saudara/i gunakan pada aplikasi <i>mobile banking</i> ?		
<i>Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)</i>		Ya	Tidak
1.	Apakah saudara/i memiliki sumber daya ( <i>smartphone</i> /internet/aplikasi) yang diperlukan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> ?		
2.	Apakah Saudara/i menggunakan <i>mobile banking</i> karena terdapat fasilitas yang mendukung (Contoh: internet dan <i>smartphone</i> )?		
3.	Apakah dengan adanya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> lebih termotivasi untuk menggunakan <i>mobile banking</i> ?		
4.	Apakah dengan semakin banyak informasi mengenai panduan dalam mengakses layanan <i>mobile banking</i> akan		



	semakin meningkatkan minat Saudara/i untuk menggunakan <i>mobile banking</i> ?		
5.	Apakah dengan fasilitas yang mendukung seperti kecepatan internet dan <i>smartphone</i> yang layak dapat memunculkan niat untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> ?		
<i>Electronic Word of Mouth (X<sub>2</sub>)</i>		Ya	Tidak
1.	Apakah <i>rating</i> (peringkat pada aplikasi) dan <i>review</i> dapat membantu Saudara/i untuk menggunakan/memilih layanan <i>mobile banking</i> yang terbaik?		
2.	Apakah dengan <i>rating</i> dan <i>review</i> yang semakin baik pada <i>mobile banking</i> dapat menjadikan Saudara/i tertarik untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> ?		
3.	Apakah Saudara/i dalam memilih <i>mobile banking</i> berdasarkan pada <i>rating</i> dan <i>review</i> ?		
<i>Cyber Crime (X<sub>3</sub>)</i>		Ya	Tidak
1.	Apakah Saudara/i pernah mengalami kejahatan <i>cyber crime</i> khususnya dalam dunia perbankan?		
2.	Apakah <i>cyber crime</i> (contoh: kejahatan pencurian identitas online dan penipuan melalui Whats App) dapat mengurungkan niat saudara untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> ?		
Pertanyaan Terbuka			
1.	Apa yang menjadikan alasan Saudara/i untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> selain karena memberi kemudahan?		
2.	Apa saja kekhawatiran Saudara/i dalam menggunakan <i>mobile banking</i> ?		
3.	Seberapa pentingkah <i>rating</i> dan <i>review</i> yang dimiliki oleh suatu aplikasi BSI Mobile?		
4.	Apakah Saudara/i dalam memilih <i>mobile banking</i> juga karena adanya <i>rating</i> dan <i>review</i> ?		

**Lampiran 2. Jawaban Kuesioner Observasi Pendahuluan****IDENTITAS RESPONDEN**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>JK</b>	<b>USIA</b>	<b>PT</b>	<b>Wilayah</b>
1	Ridha Khoeru Nisa	P	22	SMA	Purwokerto Barat
2	Aulia Azmi Mardianti	P	22	SMA	Purwokerto Utara
3	Emannuela Ivana Putri	P	20	SMA	Purwokerto Timur
4	Hani Maftuhah	P	35	S1	Purwokerto Utara
5	Apri kusumawati	P	42	S1	Purwokerto Utara
6	Abubakar Zuhri	L	51	S1	Purwokerto Barat
7	Muli	P	42	S1	Purwokerto Utara
8	Regita Pramesti	P	21	SMA	Purwokerto Utara
9	Saskiya Indriani	P	21	S1	Purwokerto Utara
10	Triyana Kusuma W	P	22	SMA	Purwokerto Barat
11	Siti Nur Laeli	P	21	SMA	Purwokerto Selatan
12	Annisa	P	20	SMA	Purwokerto Utara
13	Syifa Khusnul P. H.	P	21	SMA	Purwokerto Barat
14	Putri Puspa Sekar K.	P	21	SMA	Purwokerto Utara
15	Agista Okta Septiara	P	21	SMA	Purwokerto Utara
16	Ajengariel Yazigazela	P	20	SMA	Purwokerto Utara
17	Anaya Arum Aulia	P	21	SMA	Purwokerto Utara
18	Naelul Muna	P	21	SMA	Purwokerto Barat
19	Agung Ciputra	L	28	SMA	Purwokerto Barat
20	Priastika Ardini Putri	P	21	SMA	Purwokerto Barat
21	Farah Nur Faizah	P	21	SMA	Purwokerto Selatan
22	Lailani Shabrina	P	19	SMA	Purwokerto Utara
23	Ninik Priyatin	P	28	SMA	Purwokerto Selatan
24	Farah Nisrina	P	23	SMA	Purwokerto Timur
25	Afif Naufal Tsaqif	L	20	SMA	Purwokerto Utara
26	Istani Silmikaf	P	21	SMA	Purwokerto Utara
27	Janu	L	21	SMA	Purwokerto Utara
28	Nadia Khasna L. A.	P	20	SMA	Purwokerto Utara
29	Trisna Nurfadilah	P	21	SMA	Purwokerto Utara
30	Fitari Zakiyah Ichwani	P	20	SMA	Purwokerto Barat
31	Muhamad Raihan A. P.	L	19	SMA	Purwokerto Timur
32	Laila Indah C	P	21	SMA	Purwokerto Timur
33	Latifah C	P	20	SMA	Purwokerto Timur
34	Alvin	L	20	SMA	Purwokerto Timur
35	Triana S	P	20	SMA	Purwokerto Utara
36	Siti Rokhmah	P	45	S1	Purwokerto Utara

NO	NAMA	JK	USIA	PT	Wilayah
37	Febrian Taufik H	L	21	SMA	Purwokerto Utara
38	Raihan	L	20	SMA	Purwokerto Utara
39	Muhammad Andhika P	L	21	SMA	Purwokerto Utara
40	Kusdwiningsih	P	42	S1	Purwokerto Utara

**Keterangan:**

a. JK (Jenis Kelamin)

1) L : Laki-Laki

2) P : Perempuan

b. PT (Pendidikan Terakhir)

1. Mobile Banking (A)

NO	A1	A2	A3	A4	A5
1	Ya	Ya	1 Bulan	Info Rekening	Info rekening
2	Ya	Tidak	3 Tahun	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS, Tarik Tunai	Transfer, virtual account blind, pembayaran, pembelian, QRIS
3	Ya	Tidak	2 Tahun	Transfer, Pembayaran, Tarik Tunai	Transfer, top up e-wallet, BI-FAST
4	Ya	Tidak	3 Tahun	Info Rekening, Transfer, Pembelian	Cek saldo, pembelian token, pulsa, transfer
5	Ya	Tidak	7 Tahun	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran	Tidak
6	Tidak	Tidak	-	-	-
7	Ya	Tidak	6 Bulan	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS, E-mas, Tarik Tunai, Donasi Online, Info Kurs, ATM Cabang, Jadwal Shalat	Transfer
8	Ya	Tidak	3 Tahun	Info Rekening	Info rekening, layanan transfer, Qris, pembayaran
9	Ya	Tidak	1 Tahun	Tarik Tunai	Info rekening, transfer, dan tarik tunai
10	Tidak	Tidak	-	-	-

NO	A1	A2	A3	A4	A5
11	Ya	Tidak	2 Tahun	QRIS	Transfer pembelian qris zakat
12	Ya	Tidak	3 Bulan	-	transfer, info rekening, qris
13	Ya	Tidak	2 Tahun	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran	Transfer
14	Ya	Tidak	3 Tahun	-	-
15	Ya	Tidak	-	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS, E-mas, Tarik Tunai, Donasi Online, Info Kurs, ATM Cabang	Info rekening, tarik tunai, atm cabang, tranfer, Qris, e wallet, pulsa dan paket data dll
16	Tidak	Tidak	-	-	-
17	Tidak	Tidak	-	-	-
18	Ya	Tidak	1 Tahun	Info Rekening	transfer
19	Tidak	Tidak	-	-	Atm, transfer qris
20	Ya	Ya	6 Bulan	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS, E-mas, Tarik Tunai, Donasi Online, Info Kurs, ATM Cabang, Jadwal Shalat	Transfer
21	Ya	Tidak	1 Tahun	-	Info rekening, Transfer, QRIS, Tarik tunai, pembayaran, dll
22	Tidak	Tidak	-	-	-
23	Ya	Tidak	6 Bulan	-	-
24	Ya	Tidak	4 Tahun	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS	Info Rekening, Transfer, Pembelian, Pembayaran, QRIS
25	Ya	Tidak	2 Tahun	Info Rekening	Tarik tunai
26	Ya	Tidak	1 Tahun	-	Info Rekening dan QRIS
27	Tidak	Tidak	-	-	-
28	Ya	Tidak	6 Bulan	-	Info rekening, transfer, pembayaran, top up dompet digital, pembelian

NO	A1	A2	A3	A4	A5
29	Ya	Ya	5 Bulan	Info Rekening, Transfer, Pembayaran, QRIS	-
30	Ya	Tidak	2 Tahun	-	Transfer, Pembelian, Pembayaran
31	Ya	Tidak	8 Bulan	-	Transfer, Info Saldo, Pembayaran, Pembelian
32	Ya	Ya	2 Bulan	Info Rekening, Transfer, Pembayaran, Tarik Tunai	saldo rekening, pembayaran, transfer
33	Ya	Ya	1 Tahun	Info Rekening, Pembayaran, Tarik Tunai	Fitur informasi, transaksi
34	Ya	Tidak	1 Tahun	-	Transfer
35	Ya	Tidak	2 Tahun	-	Pembayaran, info rekening, transfer, Tarik tunai, top up
36	Tidak	Tidak	-	-	-
37	Tidak	Tidak	-	-	-
38	Tidak	Tidak	-	-	-
39	Ya	Ya	2 Bulan	Info Rekening, Transfer, QRIS, Tarik Tunai	-
40	Tidak	Tidak	-	-	-

2. Facilitating Conditions, Electronic Word of Mouth, dan Cyber Crime

No	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )					EWOM (X <sub>2</sub> )			CC (X <sub>3</sub> )	
	1	2	3	4	5	1	2	3	1	2
1	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
2	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
3	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
4	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
5	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Ya
6	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
7	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak
8	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
9	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Ya
10	Ya	Tidak	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak
11	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Tidak



### **Lampiran 3. Kuesioner Penelitian**

#### **KUESIONER PENELITIAN**

#### **PENGARUH *FACILITATING CONDITIONS*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN *CYBER CRIME* TERHADAP MINAT MASYARAKAT PURWOKERTO UNTUK MENGGUNAKAN LAYANAN *MOBILE BANKING* (BSI MOBILE)**

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai kelulusan pada program strata satu (S1) Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, mahasiswa memiliki kewajiban untuk menghasilkan karya tulis ilmiah berupa penyusunan skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini saya Ikhtiar Nurul Imam Subhekti, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, semester VIII bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Facilitating Conditions*, *Electronic Word of Mouth* (E-WOM), dan *Cyber Crime* Terhadap Minat Masyarakat Purwokerto untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (BSI Mobile)”

Sehingga peneliti memohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya dengan mengisi kuesioner ini. Tanggapan dari responden akan peneliti gunakan hanya semata-mata untuk keperluan penelitian. Selain itu, peneliti akan menjamin kerahasiaannya serta tidak membawa konsekuensi yang merugikan apapun. Dengan demikian, diharapkan kepada responden untuk memberikan jawaban dengan jujur dan objektif.

Atas kesediaan dan keikhlasan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

## A. PETUNJUK PENGISIAN

### a. Syarat Responden:

1. Responden harus masyarakat asli Purwokerto yang terdiri atas 4 wilayah yakni Purwokerto Utara, Purwokerto Selatan, Purwokerto Barat, dan Purwokerto Timur.
2. Responden sudah menggunakan ataupun belum menggunakan *mobile banking* (BSI Mobile).

### b. Petunjuk Pengisian:

1. Kuesioner ini terbagi atas 4 (empat) bagian pernyataan diantaranya adalah *facilitating conditions*, *electronic word of mouth*, *cyber crime*, dan minat.
2. Perhatikan dan bacalah setiap pertanyaan/pernyataan pada kuesioner dengan saksama dan benar.
3. Berilah tanda centang atau *checklist* (✓) pada salah satu kolom dari 5 (lima) alternatif jawaban yang tersedia dan untuk pertanyaan yang tidak disediakan pilihan jawaban, maka responden dapat menuliskan jawabannya dalam bentuk uraian pada bagian yang telah disediakan.
4. Keterangan Alternatif Jawaban

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

## B. IDENTITAS RESPONDEN

- a. Silahkan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi identitas diri pada bagian yang telah disediakan serta diisi dengan lengkap dan disesuaikan dengan keadaan yang sebenarnya.
- b. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban pada pertanyaan yang memiliki beberapa pilihan jawaban.



1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  
 Laki-Laki       Perempuan
3. Umur :
4. Pendidikan Terakhir :  
 TK                       D I                       S1  
 SD                       D II                       S2  
 SMP                       D III                       S3  
 SMA                       D IV
5. Pekerjaan :
6. Wilayah :  
 Purwokerto Utara  
 Purwokerto Selatan  
 Purwokerto Timur  
 Purwokerto Barat
- Sudah berapa lama Saudara/i menggunakan internet?
7. Apakah Saudara/i mempunyai *mobile banking*?  
 Ya  
 Tidak
8. Apakah Saudara/i mempunyai BSI Mobile?  
 Ya  
 Tidak
9. Sudah berapa lama Saudara/i menggunakan *mobile banking*?
10. Apa saja layanan fitur yang sering Saudara/i gunakan pada BSI Mobile?  
 Info Rekening       QRIS                       Info Kurs  
 Transfer               E-mas                       E-Commerce  
 Pembelian               Tarik Tunai               Pembiayaan  
 Pembayaran               Donasi Online               Lainnya

### C. PERNYATAAN

- a. Bacalah dengan saksama setiap item pernyataan yang disertai dengan pilihan jawaban.
- b. Responden diminta untuk memilih salah satu jawaban dari 5 (lima) alternatif jawaban yang telah tersedia.
- c. Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan kemauan, perasaan, pikiran, dan keadaan diri anda yang sesungguhnya tanpa dipengaruhi oleh orang lain.

#### 1. Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mempunyai sumber daya pendukung yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile (Misalnya: <i>smartphone</i> , internet, dan kartu memori)					
2.	Saya memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile					
3.	Saya memiliki keterampilan TI yang diperlukan untuk menggunakan BSI Mobile					
4.	Saya mendapatkan panduan yang dibutuhkan dalam menggunakan BSI Mobile					
5.	Terdapat tenaga ahli/layanan <i>call center</i> yang dapat membantu ketika saya mengalami kesulitan dalam mengakses BSI Mobile					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
6.	Saya merasa BSI Mobile memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan saya					
7.	Saya merasa bahwa BSI Mobile merupakan satu satunya yang kompatibel dengan perangkat elektronik saya					
8.	Menurut anda, bagaimana kondisi fasilitas yang seharusnya dimiliki oleh seseorang untuk menggunakan BSI Mobile? Dan apakah kondisi fasilitas yang anda dapatkan sudah memungkinkan untuk menggunakan BSI Mobile?					
	Tanggapan:					

## 2. Electronic Word of Mouth (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Melalui <i>rating</i> dan ulasan di Google Play Store, saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan pada BSI Mobile					
2.	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya merasakan kepedulian orang lain saat merekomendasikan <i>user</i> untuk menggunakan BSI Mobile					
3.	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	mendapatkan rekomendasi terkait dengan penggunaan BSI Mobile					
4.	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya mendapatkan informasi bahwa BSI Mobile merupakan pilihan yang tepat untuk digunakan					
5.	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat menggunakan BSI Mobile					
6.	Melalui <i>rating</i> dan <i>review</i> di Google Play Store, pihak bank dapat memantau kritik dan saran yang disampaikan <i>user</i> sehingga dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam meningkatkan pelayanan pada BSI Mobile					
7.	Saya merasa bahwa <i>rating</i> dan ulasan di Google Play Store menjadi media yang efektif dan mempermudah saya untuk bertukar informasi					
8.	Saya merasa informasi yang disebarkan oleh pengguna BSI Mobile di Google Play Store umumnya bermanfaat dan informatif					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
9.	Semakin banyak ulasan positif yang dibagikan sangat mungkin bagi saya untuk menggunakan BSI Mobile					
10.	Semakin sedikit ulasan negatif yang dibagikan sangat mungkin bagi saya untuk menggunakan BSI Mobile					
11.	Menurut anda, apakah <i>rating</i> dan ulasan terkait dengan penggunaan BSI Mobile dapat menarik perhatian seseorang untuk menggunakan BSI Mobile? Apakah <i>rating</i> dan <i>review</i> menjadi tolak ukur anda dalam menggunakan <i>mobile banking</i> ? Dan sebutkan hal apa saja yang membuat seseorang tertarik untuk menggunakan BSI Mobile?					
	Tanggapan:					

### 3. Cyber Crime (X<sub>3</sub>)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya sudah pernah mengalami kejahatan <i>cyber</i> khususnya dalam dunia perbankan					
2.	Saya pernah mengalami <i>cyber crime</i> berupa <i>hacking</i> , penipuan, <i>phising</i> , <i>ransomware</i> ataupun lainnya					
3.	Saya merasa takut dengan adanya kejahatan <i>cyber</i> pada <i>mobile banking</i>					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4.	Bank menindaklanjuti dengan cepat kejahatan <i>cyber</i>					
5.	Bank memberikan perlindungan yang tepat bagi nasabahnya					
6.	Bank seharusnya melakukan evaluasi apabila terjadi kejahatan <i>cyber</i> yang merugikan nasabahnya					
7.	Bank selalu memberikan sosialisasi mengenai kejahatan <i>cyber</i> kepada nasabah					
8.	Saya mengetahui adanya unsur penipuan pada pesan spam ataupun iklan dari akun palsu perbankan (Contohnya: pesan meminta uang, mendapatkan hadiah dan meminta data pribadi)					
9.	Apabila menerima pesan yang mencurigakan terkait dengan verifikasi registrasi <i>password</i> dan aktivasi data, akan sangat berguna jika menghubungi pihak <i>customer service</i> bank secara langsung					
10.	Menurut anda, bagaimana segi keamanan dari BSI Mobile apakah sudah terjamin? Dan bagaimana tingkat kepercayaan anda terhadap layanan keuangan digital khususnya pada BSI Mobile?					
	Tanggapan:					

#### 4. Minat (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya berminat untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BSI Mobile					
2.	Saya berminat untuk mencari tahu informasi mengenai fitur layanan BSI Mobile					
3.	Saya berminat menggunakan BSI Mobile dibandingkan dengan layanan <i>mobile banking</i> lainnya					
4.	Saya menempatkan BSI Mobile menjadi pilihan pertama dalam memilih layanan keuangan digital					
5.	Saya lebih memilih untuk menggunakan <i>mobile banking</i> yang disarankan oleh pengguna Google Play Store dengan ulasan yang positif					
6.	Saya berminat mereferensikan BSI Mobile kepada orang lain					
7.	Saya berminat menggunakan BSI Mobile di masa yang akan datang					
8.	Saya akan selalu mencoba untuk menggunakan BSI Mobile					
9.	Menurut anda, apa yang menjadi alasan seseorang untuk menggunakan <i>mobile banking</i> ? Dan apakah saudara minat untuk menggunakan BSI Mobile?					
	Tanggapan:					

**Lampiran 4. Jawaban Kuesioner Penelitian****HASIL JAWABAN IDENTITAS RESPONDEN**

<b>NO</b>	<b>JK</b>	<b>UMUR</b>	<b>PT</b>	<b>PEKERJAAN</b>	<b>WILAYAH</b>
1	P	22	S1	Mahasiswa	Purwokerto Timur
2	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
3	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
4	P	21	S1	Mahasiswa	Purwokerto Utara
5	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
6	L	21	S1	Mahasiswa	Purwokerto Timur
7	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
8	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
9	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
10	L	21	SMA	Pengusaha	Purwokerto Timur
11	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
12	P	21	SMA	Staff Administrasi	Purwokerto Utara
13	P	21	D III	Perawat	Purwokerto Utara
14	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
15	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
16	P	49	S2	Pegawai Negeri Sipil	Purwokerto Utara
17	P	25	S1	Pengacara	Purwokerto Utara
18	L	21	D III	Karyawan Swasta	Purwokerto Selatan
19	P	21	S1	Mahasiswa	Purwokerto Utara
20	P	22	SMA	Pelajar	Purwokerto Utara
21	P	19	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
22	P	21	SMA	mahasiswa	Purwokerto Utara
23	L	21	SMA	Pelajar	Purwokerto Utara
24	P	25	S1	Freelance	Purwokerto Utara
25	P	22	S1	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
26	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
27	L	23	SMA	Perangkat Kelurahan	Purwokerto Selatan
28	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
29	P	20	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
30	L	22	S1	Pedagang	Purwokerto Selatan
31	L	24	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
32	P	23	S1	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur
33	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
34	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
35	L	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
36	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat



NO	JK	UMUR	PT	PEKERJAAN	WILAYAH
37	L	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
38	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
39	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
40	L	19	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
41	P	20	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
42	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
43	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
44	L	30	S2	Consultant Research	Purwokerto Barat
45	P	26	SMA	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto Selatan
46	L	25	D III	Sales Force	Purwokerto Timur
47	L	18	SMA	Marketing	Purwokerto Timur
48	P	22	SMA	Customer Service	Purwokerto Selatan
49	L	23	S1	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara
50	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
51	L	33	SMA	Wiraswasta	Purwokerto Barat
52	P	22	SMA	Karyawan Swasta	Purwokerto Timur
53	P	28	SMA	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto Utara
54	P	18	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
55	L	30	S1	Guru Swasta	Purwokerto Selatan
56	L	20	SMA	Pramuniaga	Purwokerto Barat
57	P	31	S1	Guru	Purwokerto Barat
58	P	23	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
59	P	23	S1	Mahasiswa	Purwokerto Selatan
60	P	55	S1	Guru	Purwokerto Utara
61	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
62	P	45	S1	Guru	Purwokerto Utara
63	P	26	S1	Guru	Purwokerto Utara
64	P	54	SD	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto Utara
65	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
66	P	21	SMA	Karyawan Swasta	Purwokerto Utara
67	P	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
68	L	22	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
69	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Utara
70	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Timur
71	P	20	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Purwokerto Timur
72	P	21	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
73	P	35	S1	Guru	Purwokerto Utara
74	P	42	S1	Guru	Purwokerto Utara

NO	JK	UMUR	PT	PEKERJAAN	WILAYAH
75	L	51	S1	Pegawai Negeri Sipil	Purwokerto Barat
76	P	36	S1	Guru	Purwokerto Utara
77	P	35	S2	PNS	Purwokerto Utara
78	P	50	SMA	Lainnya	Purwokerto Utara
79	P	47	SMA	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto Utara
80	L	35	S1	Guru	Purwokerto Barat
81	L	30	S1	Guru	Purwokerto Barat
82	L	24	S1	Guru	Purwokerto Barat
83	P	19	SMA	Mahasiswa	Purwokerto Barat
84	L	24	S1	Guru	Purwokerto Barat
85	P	24	S1	GTT	Purwokerto Barat
86	L	26	S1	Guru	Purwokerto Barat
87	L	28	S1	Guru	Purwokerto Selatan
88	L	24	S1	Tukang Dekor	Purwokerto Timur
89	P	54	S1	PNS	Purwokerto Utara
90	P	24	S1	Administrasi	Purwokerto Barat
91	L	32	S1	Guru	Purwokerto Utara
92	P	38	S1	Karyawan	Purwokerto Utara
93	P	40	S1	Guru	Purwokerto Utara
94	L	40	SMA	Penjaga SD	Purwokerto Utara
95	P	20	SMA	Karyawan	Purwokerto Utara
96	P	52	SD	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto Utara
97	P	34	S2	Pegawai Negeri Sipil	Purwokerto Utara
98	P	35	S1	Guru	Purwokerto Utara
99	P	30	S1	Guru PNS	Purwokerto Utara
100	P	51	S1	Pegawai Negeri Sipil	Purwokerto Utara

**Keterangan:**

a. JK (Jenis Kelamin)

1) L : Laki-Laki

2) P : Perempuan

b. PT (Pendidikan Terakhir)

## HASIL TABULASI DATA

### 1. Variabel Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)

NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	4	4	3	4	3	4	4	26
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	5	5	4	5	5	5	5	34
5	4	3	4	4	4	3	3	25
6	3	3	3	3	3	3	3	21
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	4	4	4	5	5	4	4	30
9	5	5	5	5	5	5	4	34
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	3	3	2	3	3	3	1	18
12	4	3	3	3	3	3	3	22
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	4	4	4	3	4	4	27
15	5	3	3	3	3	3	3	23
16	5	5	5	5	5	5	5	35
17	1	1	1	1	1	1	1	7
18	4	4	2	2	4	3	3	22
19	4	3	4	4	3	5	4	27
20	2	4	3	2	3	3	1	18
21	4	3	2	3	4	4	3	23
22	5	4	3	3	4	4	3	26
23	5	5	4	4	4	4	3	29
24	5	4	4	3	5	5	3	29
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	4	4	4	3	3	3	26
27	5	2	5	2	2	2	1	19
28	5	1	5	1	1	1	1	15
29	4	2	4	1	4	3	2	20
30	5	5	5	5	5	5	5	35
31	5	4	4	5	5	5	4	32
32	5	4	4	3	4	3	2	25
33	5	4	4	4	4	4	3	28
34	1	2	2	1	2	2	2	12
35	5	4	5	5	5	5	5	34



NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
73	5	5	5	4	4	4	4	31
74	5	5	5	5	5	4	5	34
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	4	3	3	3	3	4	3	23
77	5	5	5	5	4	5	5	34
78	3	3	3	3	3	5	5	25
79	4	3	3	4	4	4	5	27
80	4	4	4	4	4	4	3	27
81	5	5	4	4	4	4	4	30
82	3	3	3	3	3	3	5	23
83	5	4	3	3	4	5	3	27
84	5	5	5	5	3	5	2	30
85	3	2	3	4	3	1	5	21
86	4	4	5	4	4	4	4	29
87	5	5	5	5	3	4	4	31
88	4	3	5	3	3	3	5	26
89	4	3	3	5	3	4	3	25
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	5	5	5	5	5	5	5	35
92	5	5	5	5	5	5	5	35
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	5	5	5	5	5	5	5	35
95	5	5	5	5	5	5	5	35
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	4	4	5	5	4	4	31
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	5	5	5	5	5	5	5	35
100	5	5	5	5	5	5	5	35

2. Hasil MSI Pada Variabel Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)

NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
1	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
2	2,407	2,861	2,315	2,775	2,154	2,731	2,744	17,987
3	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
4	3,765	4,019	3,014	3,942	4,098	3,921	3,755	26,513
5	2,407	2,189	3,014	2,775	2,941	2,005	2,154	17,486
6	1,779	2,189	2,315	2,030	2,154	2,005	2,154	14,627

NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
7	1,779	2,189	2,315	2,030	2,154	2,005	2,154	14,627
8	2,407	2,861	3,014	3,942	4,098	2,731	2,744	21,798
9	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	2,744	26,660
10	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
11	1,779	2,189	1,653	2,030	2,154	2,005	1,000	12,811
12	2,407	2,189	2,315	2,030	2,154	2,005	2,154	15,255
13	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
14	2,407	2,861	3,014	2,775	2,154	2,731	2,744	18,686
15	3,765	2,189	2,315	2,030	2,154	2,005	2,154	16,612
16	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
17	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	7,000
18	2,407	2,861	1,653	1,545	2,941	2,005	2,154	15,568
19	2,407	2,189	3,014	2,775	2,154	3,921	2,744	19,204
20	1,455	2,861	2,315	1,545	2,154	2,005	1,000	13,336
21	2,407	2,189	1,653	2,030	2,941	2,731	2,154	16,106
22	3,765	2,861	2,315	2,030	2,941	2,731	2,154	18,797
23	3,765	4,019	3,014	2,775	2,941	2,731	2,154	21,399
24	3,765	2,861	3,014	2,030	4,098	3,921	2,154	21,843
25	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
26	3,765	2,861	3,014	2,775	2,154	2,005	2,154	18,729
27	3,765	1,612	4,171	1,545	1,513	1,507	1,000	15,114
28	3,765	1,000	4,171	1,000	1,000	1,000	1,000	12,936
29	2,407	1,612	3,014	1,000	2,941	2,005	1,626	14,607
30	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
31	3,765	2,861	3,014	3,942	4,098	3,921	2,744	24,345
32	3,765	2,861	3,014	2,030	2,941	2,005	1,626	18,243
33	3,765	2,861	3,014	2,775	2,941	2,731	2,154	20,242
34	1,000	1,612	1,653	1,000	1,513	1,507	1,626	9,912
35	3,765	2,861	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	26,513
36	3,765	4,019	3,014	2,775	4,098	3,921	3,755	25,346
37	3,765	2,861	4,171	2,775	2,941	3,921	3,755	24,189
38	3,765	4,019	3,014	3,942	4,098	3,921	3,755	26,513
39	3,765	4,019	4,171	3,942	2,941	3,921	3,755	26,514
40	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
41	3,765	4,019	4,171	2,775	4,098	3,921	3,755	26,503
42	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
43	3,765	4,019	4,171	3,942	2,941	3,921	3,755	26,514
44	3,765	2,861	3,014	2,775	2,941	2,731	2,744	20,831
45	2,407	4,019	3,014	2,775	4,098	3,921	2,744	22,977
46	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
47	3,765	2,189	3,014	2,775	4,098	3,921	1,000	20,761
48	2,407	4,019	4,171	3,942	4,098	2,005	2,154	22,798

NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
49	3,765	4,019	4,171	2,030	4,098	3,921	2,744	24,747
50	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
51	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	1,000	24,916
52	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	7,000
53	3,765	4,019	2,315	3,942	4,098	3,921	2,154	24,214
54	3,765	4,019	4,171	3,942	2,941	3,921	2,154	24,913
55	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
56	3,765	2,861	3,014	2,775	2,941	3,921	1,626	20,903
57	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
58	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
59	2,407	2,861	3,014	2,775	2,941	2,731	2,744	19,473
60	3,765	4,019	4,171	2,775	2,941	2,731	3,755	24,157
61	3,765	4,019	4,171	2,775	4,098	2,731	2,744	24,303
62	3,765	4,019	3,014	2,775	2,941	2,731	2,154	21,399
63	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
64	3,765	2,861	2,315	2,775	4,098	2,731	2,154	20,699
65	3,765	2,861	4,171	2,775	4,098	3,921	2,744	24,335
66	3,765	4,019	4,171	2,775	2,941	2,731	3,755	24,157
67	3,765	2,861	3,014	2,775	4,098	3,921	1,626	22,060
68	3,765	4,019	4,171	2,775	2,941	2,731	2,744	23,146
69	2,407	2,861	4,171	3,942	2,941	2,731	2,744	21,798
70	3,765	4,019	4,171	2,775	2,941	2,731	2,744	23,146
71	3,765	4,019	4,171	2,775	4,098	3,921	3,755	26,503
72	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
73	3,765	4,019	4,171	2,775	2,941	2,731	2,744	23,146
74	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	2,731	3,755	26,481
75	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
76	2,407	2,189	2,315	2,030	2,154	2,731	2,154	15,980
77	3,765	4,019	4,171	3,942	2,941	3,921	3,755	26,514
78	1,779	2,189	2,315	2,030	2,154	3,921	3,755	18,142
79	2,407	2,189	2,315	2,775	2,941	2,731	3,755	19,113
80	2,407	2,861	3,014	2,775	2,941	2,731	2,154	18,884
81	3,765	4,019	3,014	2,775	2,941	2,731	2,744	21,989
82	1,779	2,189	2,315	2,030	2,154	2,005	3,755	16,227
83	3,765	2,861	2,315	2,030	2,941	3,921	2,154	19,986
84	3,765	4,019	4,171	3,942	2,154	3,921	1,626	23,598
85	1,779	1,612	2,315	2,775	2,154	1,000	3,755	15,390
86	2,407	2,861	4,171	2,775	2,941	2,731	2,744	20,631
87	3,765	4,019	4,171	3,942	2,154	2,731	2,744	23,526
88	2,407	2,189	4,171	2,030	2,154	2,005	3,755	18,712
89	2,407	2,189	2,315	3,942	2,154	2,731	2,154	17,893
90	2,407	2,861	3,014	2,775	2,941	2,731	2,744	19,473

NO	Facilitating Conditions (X <sub>1</sub> )							TOTAL X <sub>1</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	
91	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
92	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
93	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
94	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
95	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
96	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
97	3,765	2,861	3,014	3,942	4,098	2,731	2,744	23,156
98	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
99	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671
100	3,765	4,019	4,171	3,942	4,098	3,921	3,755	27,671

### 3. Variabel Eelectronic Word of Mouth

NO	Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )										TOTAL X <sub>2</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	3	4	1	3	3	4	4	4	4	34
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	44
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
18	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
19	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	41
20	4	3	4	1	3	4	2	3	4	4	32
21	4	3	4	3	3	3	5	4	4	5	38
22	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
23	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
24	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	39



NO	Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )										TOTAL X <sub>2</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
29	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	36
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
31	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
32	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	18
33	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
34	1	2	1	2	2	1	1	1	1	3	15
35	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
36	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
37	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	28
38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	4	3	3	1	3	3	2	5	1	1	26
41	5	3	3	1	5	3	3	5	1	1	30
42	5	3	5	1	3	3	3	3	2	2	30
43	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
44	3	3	3	4	3	5	5	3	3	4	36
45	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	47
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
48	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	33
49	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
50	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	41
51	5	1	5	5	1	5	5	5	5	5	42
52	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
53	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	41
54	5	5	3	3	5	4	4	4	4	4	41
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
56	4	3	3	3	4	2	5	3	5	1	33
57	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	3	3	3	4	3	5	3	3	3	34
61	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44



NO	Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )										TOTAL X <sub>2</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

4. Hasil MSI Variabel Electronic Word of Mouth (X<sub>2</sub>)

NO	Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )										TOTAL X <sub>2</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
2	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,165	29,088
3	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000
4	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	3,011	3,806	3,920	39,746
5	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	29,777
6	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
7	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
8	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	4,140	3,806	2,854	31,997
9	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
10	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
11	3,036	2,317	2,998	1,000	2,209	2,261	2,971	3,011	2,717	2,854	25,373
12	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
13	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	29,777
14	4,232	3,180	4,138	2,858	3,037	3,116	2,971	4,140	2,717	3,920	34,309
15	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
16	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	3,806	3,920	31,933
17	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000
18	2,135	3,180	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	22,635
19	3,036	2,317	2,998	2,858	3,037	2,261	2,971	4,140	3,806	3,920	31,345
20	3,036	2,317	2,998	1,000	2,209	3,116	1,581	2,158	2,717	2,854	23,985
21	3,036	2,317	2,998	2,145	2,209	2,261	4,140	3,011	2,717	3,920	28,753
22	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,128	3,011	2,717	2,854	28,934
23	4,232	3,180	4,138	2,858	3,037	4,213	2,971	3,011	3,806	2,854	34,300
24	3,036	3,180	2,998	2,145	3,037	3,116	2,971	3,011	2,057	3,920	29,471
25	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
26	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,971	2,158	2,057	2,165	22,614
27	1,551	1,592	1,592	1,625	1,545	1,551	1,581	1,545	1,601	2,165	16,348
28	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	10,000
29	3,036	2,317	1,592	2,145	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	26,794
30	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
31	4,232	4,272	2,998	3,893	4,121	4,213	2,971	4,140	3,806	2,854	37,501
32	2,135	1,592	1,592	1,625	1,000	1,551	1,000	1,545	1,000	1,630	14,670
33	3,036	2,317	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	28,914
34	1,000	1,592	1,000	1,625	1,545	1,000	1,000	1,000	1,000	2,165	12,927
35	4,232	3,180	4,138	2,858	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	38,749
36	3,036	4,272	4,138	2,858	4,121	3,116	2,971	4,140	3,806	3,920	36,378

NO	Electronic Word of Mouth (X <sub>2</sub> )										TOTAL X <sub>2</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
37	2,135	2,317	2,197	1,000	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	20,627
38	4,232	4,272	2,998	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	39,736
39	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
40	3,036	2,317	2,197	1,000	2,209	2,261	1,581	4,140	1,000	1,000	20,741
41	4,232	2,317	2,197	1,000	4,121	2,261	2,128	4,140	1,000	1,000	24,396
42	4,232	2,317	4,138	1,000	2,209	2,261	2,128	2,158	1,601	1,630	23,674
43	4,232	3,180	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	39,784
44	2,135	2,317	2,197	2,858	2,209	4,213	4,140	2,158	2,057	2,854	27,137
45	3,036	4,272	4,138	3,893	3,037	4,213	4,140	4,140	3,806	2,854	37,530
46	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
47	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
48	3,036	3,180	2,998	2,145	2,209	3,116	1,581	2,158	2,057	2,165	24,645
49	3,036	3,180	2,998	2,858	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	36,413
50	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	2,261	2,128	2,158	2,717	2,165	32,085
51	4,232	1,000	4,138	3,893	1,000	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	34,483
52	4,232	4,272	4,138	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	3,806	3,920	35,361
53	3,036	4,272	4,138	2,145	3,037	3,116	2,971	4,140	2,717	2,165	31,736
54	4,232	4,272	2,197	2,145	4,121	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	31,634
55	2,135	2,317	2,197	2,145	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	21,771
56	3,036	2,317	2,197	2,145	3,037	1,551	4,140	2,158	3,806	1,000	25,387
57	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	3,116	2,971	3,011	3,806	2,854	36,414
58	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	29,777
59	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	29,777
60	3,036	2,317	2,197	2,145	3,037	2,261	4,140	2,158	2,057	2,165	25,513
61	4,232	4,272	2,998	2,858	4,121	3,116	2,971	3,011	2,717	3,920	34,215
62	3,036	3,180	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	3,011	3,806	2,854	36,392
63	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
64	4,232	4,272	2,998	3,893	3,037	4,213	2,971	3,011	2,717	2,854	34,197
65	2,135	2,317	4,138	1,000	2,209	2,261	2,128	2,158	2,057	2,165	22,568
66	3,036	3,180	4,138	2,858	4,121	4,213	4,140	3,011	2,717	3,920	35,334
67	1,551	2,317	1,592	1,625	2,209	3,116	2,128	1,545	2,717	1,630	20,429
68	3,036	3,180	4,138	2,858	4,121	4,213	2,971	3,011	3,806	2,854	34,188
69	3,036	3,180	2,998	1,625	4,121	3,116	2,971	3,011	1,601	1,630	27,288
70	3,036	1,592	2,197	2,145	2,209	2,261	4,140	3,011	1,601	1,630	23,821
71	4,232	3,180	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	39,784
72	1,551	4,272	2,998	1,625	2,209	2,261	2,971	2,158	2,717	2,854	25,616
73	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
74	4,232	4,272	4,138	3,893	4,121	4,213	4,140	4,140	3,806	3,920	40,876
75	2,135	3,180	4,138	2,145	3,037	3,116	2,128	3,011	1,000	1,000	24,889
76	3,036	3,180	2,998	2,858	3,037	3,116	2,971	3,011	2,717	2,854	29,777
77	4,232	4,272	4,138	3,893	3,037	2,261	2,971	4,140	3,806	3,920	36,671
78	3,036	4,272	4,138	2,858	4,121	4,213	4,140	3,011	3,806	2,854	36,449
79	3,036	4,272	2,998	3,893	4,121	3,116	4,140	4,140	2,717	3,920	36,353



No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL X <sub>3</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
17	5	5	2	5	1	5	4	2	1	30
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
19	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
20	1	1	5	3	3	4	4	5	4	30
21	4	2	5	4	4	5	4	5	5	38
22	4	4	4	3	5	5	3	2	3	33
23	3	3	3	3	5	5	5	5	5	37
24	5	5	5	3	3	5	4	5	4	39
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
26	3	4	4	4	3	3	3	3	3	30
27	1	3	3	2	2	3	1	3	3	21
28	1	1	5	1	1	1	1	1	1	13
29	1	1	5	4	4	5	3	4	3	30
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
31	5	5	4	2	5	5	5	5	5	41
32	2	1	5	2	3	5	4	5	4	31
33	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
34	2	1	1	3	1	1	1	3	3	16
35	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
36	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
37	1	1	1	1	4	3	3	3	3	20
38	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
39	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	1	1	2	2	5	3	5	3	5	27
42	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
43	1	1	3	2	4	3	5	3	4	26
44	4	1	5	1	3	5	4	4	5	32
45	1	1	3	1	5	5	5	3	5	29
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
48	1	1	4	3	5	5	5	5	5	34
49	1	1	5	5	5	5	5	3	5	35
50	3	4	3	4	5	4	3	2	4	32
51	5	5	1	1	5	5	1	5	5	33
52	1	1	3	4	5	5	5	5	5	34

No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL X <sub>3</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
53	1	1	5	3	2	5	4	5	5	31
54	3	3	5	2	3	5	3	2	5	31
55	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
56	2	4	5	2	4	5	4	5	5	36
57	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	3	3	4	4	5	5	4	5	5	38
61	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
62	3	3	4	4	5	4	4	5	5	37
63	1	1	3	5	5	5	5	5	5	35
64	1	1	4	5	5	5	5	4	5	35
65	1	2	5	5	3	2	4	5	5	32
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
67	3	2	5	3	5	5	5	2	4	34
68	3	3	4	5	5	5	5	5	5	40
69	3	3	5	5	4	4	5	5	4	38
70	5	5	3	2	3	3	3	3	3	30
71	3	3	5	5	5	5	5	5	5	41
72	5	5	4	4	3	4	3	3	3	34
73	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
74	4	4	3	2	3	4	3	4	2	29
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
76	2	2	4	4	4	4	4	4	4	32
77	1	4	2	4	4	5	3	5	5	33
78	4	4	4	3	5	5	5	2	5	37
79	1	1	3	5	5	5	5	5	4	34
80	2	2	2	4	4	4	4	4	4	30
81	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
82	5	3	3	4	4	4	4	4	4	35
83	3	2	3	4	2	5	2	5	5	31
84	3	5	5	4	2	5	2	5	5	36
85	4	3	4	4	4	3	3	4	3	32
86	3	4	5	3	5	5	5	5	4	39
87	2	2	2	3	5	4	5	4	3	30
88	5	3	3	4	4	4	4	4	4	35
89	1	1	4	4	5	5	5	3	3	31

No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL X <sub>3</sub>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
90	2	2	4	3	5	5	5	5	5	36
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
93	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
97	4	4	1	3	4	5	4	4	5	34
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

6. Hasil MSI Pada Variabel Cyber Crime (X<sub>3</sub>)

No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3,804	3,861	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	35,460
2	3,804	3,861	3,936	1,776	2,237	3,845	3,939	3,993	3,893	31,283
3	3,804	3,861	1,000	1,776	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	15,440
4	2,346	2,321	2,257	3,245	3,951	3,845	2,215	3,993	3,893	28,066
5	2,346	1,726	3,936	3,245	3,951	3,845	3,939	3,037	3,893	29,918
6	1,000	3,024	1,000	3,245	2,947	2,780	2,956	3,993	3,893	24,839
7	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
8	3,026	3,024	3,936	3,245	2,947	2,780	2,215	3,993	3,893	29,060
9	3,026	3,024	2,960	3,245	2,947	3,845	2,956	3,993	3,893	29,890
10	1,000	1,000	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	1,000	3,893	26,802
11	1,731	3,861	3,936	1,776	2,947	2,780	1,544	3,993	2,872	25,440
12	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
13	1,731	2,321	2,960	3,245	3,951	3,845	3,939	2,397	3,893	28,281
14	1,731	1,726	1,626	3,245	2,237	2,780	2,215	1,678	3,893	21,132
15	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
16	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
17	3,804	3,861	1,626	4,238	1,000	3,845	2,956	1,678	1,000	24,009
18	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
19	3,804	3,024	2,960	3,245	3,951	2,780	2,956	3,037	3,893	29,651
20	1,000	1,000	3,936	2,480	2,237	2,780	2,956	3,993	2,872	23,254
21	3,026	1,726	3,936	3,245	2,947	3,845	2,956	3,993	3,893	29,568
22	3,026	3,024	2,960	2,480	3,951	3,845	2,215	1,678	2,163	25,343



No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
23	2,346	2,321	2,257	2,480	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	29,024
24	3,804	3,861	3,936	2,480	2,237	3,845	2,956	3,993	2,872	29,984
25	3,804	3,861	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	35,460
26	2,346	3,024	2,960	3,245	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	22,680
27	1,000	2,321	2,257	1,776	1,576	2,092	1,000	2,397	2,163	16,582
28	1,000	1,000	3,936	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	11,936
29	1,000	1,000	3,936	3,245	2,947	3,845	2,215	3,037	2,163	23,388
30	3,804	3,861	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	35,460
31	3,804	3,861	2,960	1,776	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,021
32	1,731	1,000	3,936	1,776	2,237	3,845	2,956	3,993	2,872	24,345
33	3,026	3,024	2,960	3,245	2,947	3,845	3,939	3,037	2,872	28,895
34	1,731	1,000	1,000	2,480	1,000	1,000	1,000	2,397	2,163	13,771
35	3,804	3,861	2,960	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	34,484
36	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
37	1,000	1,000	1,000	1,000	2,947	2,092	2,215	2,397	2,163	15,815
38	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
39	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
40	3,026	3,024	2,960	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	26,848
41	1,000	1,000	1,626	1,776	3,951	2,092	3,939	2,397	3,893	21,674
42	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
43	1,000	1,000	2,257	1,776	2,947	2,092	3,939	2,397	2,872	20,280
44	3,026	1,000	3,936	1,000	2,237	3,845	2,956	3,037	3,893	24,930
45	1,000	1,000	2,257	1,000	3,951	3,845	3,939	2,397	3,893	23,282
46	3,804	3,861	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	35,460
47	3,804	3,861	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	35,460
48	1,000	1,000	2,960	2,480	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	27,061
49	1,000	1,000	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	2,397	3,893	28,199
50	2,346	3,024	2,257	3,245	3,951	2,780	2,215	1,678	2,872	24,369
51	3,804	3,861	1,000	1,000	3,951	3,845	1,000	3,993	3,893	26,347
52	1,000	1,000	2,257	3,245	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	27,123
53	1,000	1,000	3,936	2,480	1,576	3,845	2,956	3,993	3,893	24,679
54	2,346	2,321	3,936	1,776	2,237	3,845	2,215	1,678	3,893	24,246
55	3,804	3,861	3,936	4,238	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	30,432
56	1,731	3,024	3,936	1,776	2,947	3,845	2,956	3,993	3,893	28,101
57	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
58	3,026	3,024	2,960	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	26,848
59	3,026	3,024	2,960	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	26,848

No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
60	2,346	2,321	2,960	3,245	3,951	3,845	2,956	3,993	3,893	29,510
61	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
62	2,346	2,321	2,960	3,245	3,951	2,780	2,956	3,993	3,893	28,446
63	1,000	1,000	2,257	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	28,116
64	1,000	1,000	2,960	4,238	3,951	3,845	3,939	3,037	3,893	27,863
65	1,000	1,726	3,936	4,238	2,237	1,464	2,956	3,993	3,893	25,444
66	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	9,000
67	2,346	1,726	3,936	2,480	3,951	3,845	3,939	1,678	2,872	26,773
68	2,346	2,321	2,960	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	31,486
69	2,346	2,321	3,936	4,238	2,947	2,780	3,939	3,993	2,872	29,372
70	3,804	3,861	2,257	1,776	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	22,802
71	2,346	2,321	3,936	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	32,462
72	3,804	3,861	2,960	3,245	2,237	2,780	2,215	2,397	2,163	25,662
73	2,346	2,321	2,257	2,480	2,947	2,092	2,215	2,397	2,163	21,218
74	3,026	3,024	2,257	1,776	2,237	2,780	2,215	3,037	1,464	21,817
75	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	9,000
76	1,731	1,726	2,960	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	24,255
77	1,000	3,024	1,626	3,245	2,947	3,845	2,215	3,993	3,893	25,789
78	3,026	3,024	2,960	2,480	3,951	3,845	3,939	1,678	3,893	28,796
79	1,000	1,000	2,257	4,238	3,951	3,845	3,939	3,993	2,872	27,095
80	1,731	1,726	1,626	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	22,921
81	2,346	2,321	2,960	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	21,211
82	3,804	2,321	2,257	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	26,219
83	2,346	1,726	2,257	3,245	1,576	3,845	1,544	3,993	3,893	24,425
84	2,346	3,861	3,936	3,245	1,576	3,845	1,544	3,993	3,893	28,238
85	3,026	2,321	2,960	3,245	2,947	2,092	2,215	3,037	2,163	24,007
86	2,346	3,024	3,936	2,480	3,951	3,845	3,939	3,993	2,872	30,386
87	1,731	1,726	1,626	2,480	3,951	2,780	3,939	3,037	2,163	23,434
88	3,804	2,321	2,257	3,245	2,947	2,780	2,956	3,037	2,872	26,219
89	1,000	1,000	2,960	3,245	3,951	3,845	3,939	2,397	2,163	24,500
90	1,731	1,726	2,960	2,480	3,951	3,845	3,939	3,993	3,893	28,518
91	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
92	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
93	3,026	3,024	2,960	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	22,595
94	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
95	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
96	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508

No	Cyber Crime (X <sub>3</sub> )									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
97	3,026	3,024	1,000	2,480	2,947	3,845	2,956	3,037	3,893	26,209
98	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
99	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508
100	2,346	2,321	2,257	2,480	2,237	2,092	2,215	2,397	2,163	20,508

7. Variabel Minat (Y)

NO	MINAT (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	5	4	4	3	4	4	4	4	32
3	1	1	1	1	1	1	1	1	8
4	5	5	4	4	5	5	5	5	38
5	3	4	3	3	5	3	3	3	27
6	3	3	3	3	3	3	3	3	24
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	4	4	4	5	5	4	4	4	34
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	1	4	2	1	3	3	3	4	21
12	3	3	3	3	3	3	3	3	24
13	4	4	3	3	3	3	3	3	26
14	4	5	4	4	4	4	5	5	35
15	3	3	3	3	3	3	3	3	24
16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
17	1	1	1	1	1	1	1	1	8
18	3	3	3	5	3	3	3	3	26
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	3	4	3	2	2	3	3	3	23
21	4	4	3	3	4	3	4	4	29
22	3	3	3	2	2	3	3	3	22
23	4	4	3	3	3	3	3	3	26
24	4	4	3	3	4	3	3	3	27
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	3	3	3	3	3	3	3	3	24
27	2	2	2	2	2	2	2	2	16
28	1	1	1	1	1	1	1	1	8
29	2	2	2	2	2	3	3	3	19

NO	MINAT (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40
31	4	4	4	4	4	4	5	5	34
32	2	2	2	2	2	1	1	2	14
33	3	4	3	3	4	3	4	3	27
34	1	1	2	2	2	2	2	2	14
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	4	5	5	5	5	39
37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	5	5	5	4	5	5	5	5	39
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40
44	3	3	3	2	5	2	3	3	24
45	5	5	5	4	5	5	5	5	39
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	4	4	3	1	4	3	2	2	23
49	5	5	5	5	3	4	4	4	35
50	1	3	3	3	3	4	3	3	23
51	5	5	5	5	5	1	1	1	28
52	3	4	3	2	5	3	3	3	26
53	5	5	3	3	2	5	4	4	31
54	4	3	2	1	5	2	3	3	23
55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
56	2	3	2	2	5	3	3	3	23
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	5	5	4	4	5	5	5	5	38
61	5	4	4	4	5	5	4	4	35
62	5	4	5	5	5	5	5	5	39
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	4	4	4	4	4	5	4	33
65	3	4	4	5	5	5	5	4	35
66	5	5	5	5	5	5	4	5	39



8. Hasil MSI Pada Variabel Minat (Y)

NO	MINAT (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
2	4,006	3,116	3,434	2,473	3,128	3,138	3,177	3,243	25,715
3	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	8,000
4	4,006	4,175	3,434	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	31,281
5	2,256	3,116	2,671	2,473	4,131	2,385	2,400	2,457	21,889
6	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
7	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
8	2,985	3,116	3,434	4,123	4,131	3,138	3,177	3,243	27,347
9	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
10	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
11	1,000	3,116	1,768	1,000	2,508	2,385	2,400	3,243	17,420
12	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
13	2,985	3,116	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	20,995
14	2,985	4,175	3,434	3,177	3,128	3,138	4,121	4,194	28,352
15	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
16	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
17	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	8,000
18	2,256	2,317	2,671	4,123	2,508	2,385	2,400	2,457	21,117
19	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
20	2,256	3,116	2,671	1,743	1,768	2,385	2,400	2,457	18,796
21	2,985	3,116	2,671	2,473	3,128	2,385	3,177	3,243	23,179
22	2,256	2,317	2,671	1,743	1,768	2,385	2,400	2,457	17,997
23	2,985	3,116	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	20,995
24	2,985	3,116	2,671	2,473	3,128	2,385	2,400	2,457	21,615
25	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
26	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
27	1,607	1,592	1,768	1,743	1,768	1,576	1,581	1,592	13,228
28	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	8,000
29	1,607	1,592	1,768	1,743	1,768	2,385	2,400	2,457	15,720
30	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
31	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	4,121	4,194	27,293
32	1,607	1,592	1,768	1,743	1,768	1,000	1,000	1,592	12,071
33	2,256	3,116	2,671	2,473	3,128	2,385	3,177	2,457	21,664
34	1,000	1,000	1,768	1,743	1,768	1,576	1,581	1,592	12,029
35	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
36	4,006	4,175	4,365	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	32,213
37	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
38	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
39	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
40	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
41	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159

NO	MINAT (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
42	4,006	4,175	4,365	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	32,213
43	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
44	2,256	2,317	2,671	1,743	4,131	1,576	2,400	2,457	19,552
45	4,006	4,175	4,365	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	32,213
46	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
47	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
48	2,985	3,116	2,671	1,000	3,128	2,385	1,581	1,592	18,459
49	4,006	4,175	4,365	4,123	2,508	3,138	3,177	3,243	28,736
50	1,000	2,317	2,671	2,473	2,508	3,138	2,400	2,457	18,964
51	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	1,000	1,000	1,000	23,801
52	2,256	3,116	2,671	1,743	4,131	2,385	2,400	2,457	21,159
53	4,006	4,175	2,671	2,473	1,768	4,044	3,177	3,243	25,557
54	2,985	2,317	1,768	1,000	4,131	1,576	2,400	2,457	18,634
55	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
56	1,607	2,317	1,768	1,743	4,131	2,385	2,400	2,457	18,808
57	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
58	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
59	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
60	4,006	4,175	3,434	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	31,281
61	4,006	3,116	3,434	3,177	4,131	4,044	3,177	3,243	28,328
62	4,006	3,116	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	32,100
63	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
64	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	4,121	3,243	26,343
65	2,256	3,116	3,434	4,123	4,131	4,044	4,121	3,243	28,468
66	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	3,177	4,194	32,215
67	2,985	1,592	2,671	1,743	3,128	2,385	3,177	4,194	21,876
68	4,006	4,175	4,365	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	32,213
69	2,985	3,116	4,365	4,123	4,131	4,044	3,177	3,243	29,185
70	2,985	4,175	4,365	4,123	4,131	3,138	4,121	4,194	31,232
71	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
72	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
73	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
74	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
75	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
76	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
77	4,006	4,175	3,434	3,177	4,131	3,138	3,177	3,243	28,481
78	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
79	1,607	2,317	2,671	2,473	1,768	1,000	2,400	2,457	16,693
80	2,256	3,116	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	20,266
81	2,256	2,317	1,768	3,177	3,128	2,385	2,400	2,457	19,888
82	2,985	4,175	3,434	3,177	4,131	4,044	4,121	4,194	30,260
83	2,985	2,317	4,365	3,177	4,131	3,138	2,400	3,243	25,757

NO	MINAT (Y)								TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	
84	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
85	2,985	2,317	3,434	2,473	3,128	2,385	1,581	2,457	20,760
86	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	2,385	3,177	3,243	24,646
87	4,006	3,116	2,671	2,473	4,131	3,138	3,177	4,194	26,906
88	2,985	4,175	3,434	3,177	4,131	3,138	3,177	3,243	27,460
89	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	2,385	3,177	3,243	24,646
90	2,985	3,116	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	20,995
91	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
92	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
93	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
94	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
95	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
96	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
97	4,006	4,175	4,365	4,123	4,131	4,044	4,121	4,194	33,159
98	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467
99	2,985	3,116	3,434	3,177	3,128	3,138	3,177	3,243	25,399
100	2,256	2,317	2,671	2,473	2,508	2,385	2,400	2,457	19,467





## Lampiran 5. Hasil Output SPSS

### 1. Hasil Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FC	100	7.00	35.00	29.3200	6.14617
EWOM	100	10.00	50.00	38.9000	9.49162
CC	100	9.00	45.00	32.8200	7.16667
MINAT	100	8.00	40.00	30.3700	8.25436

### 2. Hasil Uji Validitas Facilitating Conditions (X<sub>1</sub>)

Correlations									
		FC_1	FC_2	FC_3	FC_4	FC_5	FC_6	FC_7	Total_FC
FC_1	Pearson Correlation	1	.693**	.687**	.567**	.626**	.639**	.376**	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_2	Pearson Correlation	.693**	1	.703**	.755**	.729**	.714**	.600**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_3	Pearson Correlation	.687**	.703**	1	.648**	.552**	.562**	.560**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_4	Pearson Correlation	.567**	.755**	.648**	1	.704**	.708**	.628**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_5	Pearson Correlation	.626**	.729**	.552**	.704**	1	.764**	.549**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_6	Pearson Correlation	.639**	.714**	.562**	.708**	.764**	1	.568**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
FC_7	Pearson Correlation	.376**	.600**	.560**	.628**	.549**	.568**	1	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_FC	Pearson Correlation	.783**	.895**	.810**	.866**	.850**	.854**	.743**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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



Correlations												
		EWOM_1	EWOM_2	EWOM_3	EWOM_4	EWOM_5	EWOM_6	EWOM_7	EWOM_8	EWOM_9	EWOM_10	Total_EWOM
EWOM_6	Pearson Correlation	.695**	.669**	.740**	.775**	.715**	1	.756**	.702**	.718**	.684**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EWOM_7	PC	.664**	.571**	.642**	.723**	.671**	.756**	1	.675**	.705**	.692**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EWOM_8	PC	.763**	.653**	.688**	.683**	.735**	.702**	.675**	1	.679**	.617**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EWOM_9	PC	.654**	.674**	.714**	.798**	.683**	.718**	.705**	.679**	1	.771**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
EWOM_10	PC	.626**	.612**	.652**	.731**	.592**	.684**	.692**	.617**	.771**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_EWOM	PC	.856**	.837**	.853**	.883**	.862**	.874**	.833**	.844**	.867**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

4. Hasil Uji Validitas Cyber Crime (X<sub>3</sub>)

Correlations											
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.807**	.152	.160	.040	.139	.024	.134	.028	.427**
	Sig. (2-tailed)		.000	.130	.113	.693	.168	.811	.185	.780	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.807**	1	.122	.168	.031	.131	-.057	.206*	.054	.423**
	Sig. (2-tailed)	.000		.228	.094	.763	.195	.572	.040	.597	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.152	.122	1	.400**	.308**	.487**	.450**	.415**	.424**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.130	.228		.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.160	.168	.400**	1	.466**	.427**	.532**	.420**	.425**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.113	.094	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.040	.031	.308**	.466**	1	.652**	.763**	.448**	.658**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.693	.763	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_6	Pearson Correlation	.139	.131	.487**	.427**	.652**	1	.665**	.580**	.732**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.168	.195	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3_7	Pearson Correlation	.024	-.057	.450**	.532**	.763**	.665**	1	.453**	.613**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.811	.572	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000



Correlations										
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Total_Y
Y_3	Pearson Correlation	.866**	.855**	1	.896**	.778**	.835**	.815**	.818**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.760**	.771**	.896**	1	.697**	.785**	.776**	.744**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.764**	.766**	.778**	.697**	1	.737**	.738**	.752**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	.806**	.822**	.835**	.785**	.737**	1	.910**	.902**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_7	Pearson Correlation	.778**	.824**	.815**	.776**	.738**	.910**	1	.957**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y_8	Pearson Correlation	.802**	.807**	.818**	.744**	.752**	.902**	.957**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.911**	.920**	.941**	.882**	.853**	.931**	.931**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

6. Hasil Uji Reliabilitas Facilitating Conditions ( $X_1$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.924	7

7. Hasil Uji Reliabilitas Electronic Word of Mouth ( $X_2$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.958	10

8. Hasil Uji Reliabilitas Cyber Crime ( $X_3$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	9

9. Hasil Uji Reliabilitas Minat (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	8

10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5176.278140
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.051
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		.436
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

## 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	22.596	3182.598		.007	.994		
	FC	.477	.118	.361	4.040	.000	.761	1.313
	EWOM	.213	.080	.249	2.650	.009	.689	1.451
	CC	.303	.103	.245	2.944	.004	.878	1.139

a. Dependent Variable: MINAT

## 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			FC	EWOM	CC	Unstandardized Residual
Spearman's rho	FC	Correlation Coefficient	1.000	.460**	.113	-.040
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.262	.691
		N	100	100	100	100
	EWOM	Correlation Coefficient	.460**	1.000	.254*	-.048
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.011	.637
		N	100	100	100	100
	CC	Correlation Coefficient	.113	.254*	1.000	.102
		Sig. (2-tailed)	.262	.011	.	.312
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.040	-.048	.102	1.000
		Sig. (2-tailed)	.691	.637	.312	.
		N	100	100	100	100

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

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



### 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 <sup>a</sup>	.415	.396	5256.53530

a. Predictors: (Constant), CC, FC, EWOM

b. Dependent Variable: MINAT

### 14. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.596	3182.598		.007	.994
	FC	.477	.118	.361	4.040	.000
	EWOM	.213	.080	.249	2.650	.009
	CC	.303	.103	.245	2.944	.004

a. Dependent Variable: MINAT

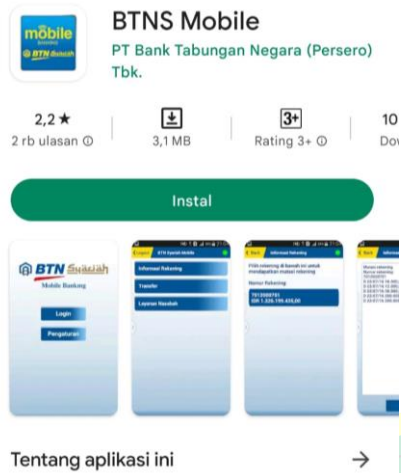
### 15. Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1878781507.899	3	626260502.633	22.665	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2652591682.851	96	27631163.363		
	Total	4531373190.750	99			

a. Dependent Variable: MINAT

b. Predictors: (Constant), CC, FC, EWOM

## Lampiran 6. Hasil Observasi di Google Play Store




**BTNS Mobile**  
PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

2,2 ★ | 2 rb ulasan | 3,1 MB | Rating 3+ | 10 Do

**Instal**

Tentang aplikasi ini →



**Muamalat DIN**  
PT. Bank Muamalat Indonesia, ...

4,3 ★ | 14 rb ulasan | 75 MB | Rating 3+ | 50 Do

**Instal**

Muamalat DIN, hadir untuk memudahkan anda bertransaksi perbankan.



**BCA Syariah Mobile**  
PT Bank BCA Syariah

3,6 ★ | 3 rb ulasan | 32 MB | Rating 16+ | 10 Do

**Instal**

Cukup satu aplikasi untuk mengakses semua rekening pribadi kamu di BCA Syariah

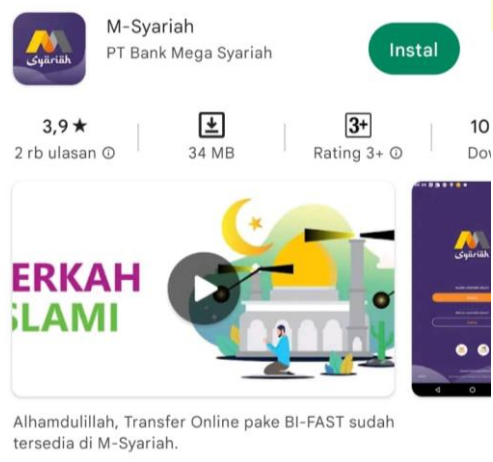


**BSI Mobile**  
PT Bank Syariah Indonesia, T...

4,4 ★ | 128 rb ulasan | 56 MB | Rating 3+ | 10 Do

**Update**

Aplikasi BSI untuk akses rekening nasabah dengan 3G/4G/WIFI melalui smartphone

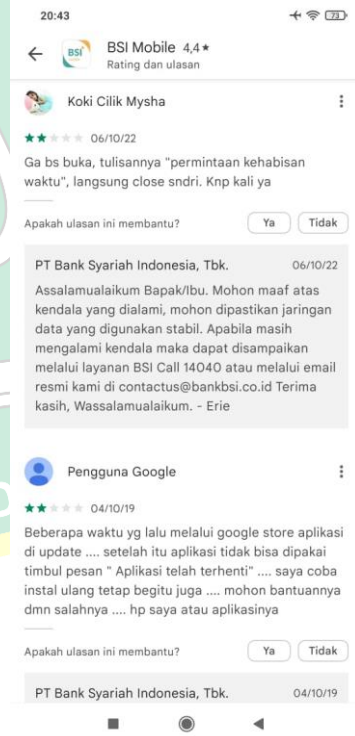
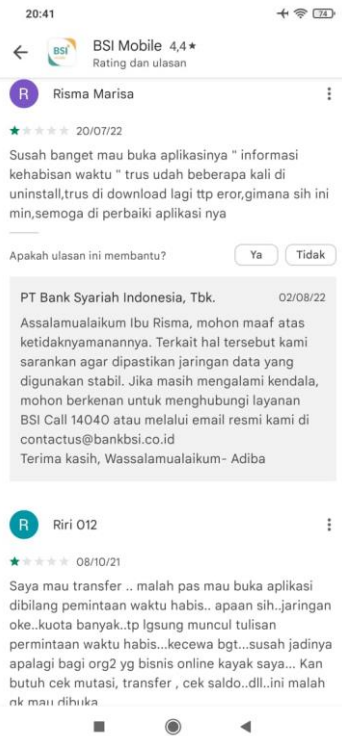
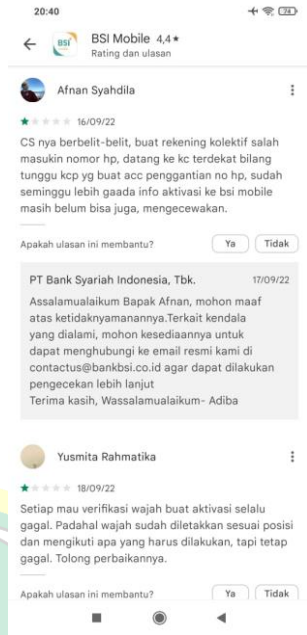


**M-Syariah**  
PT Bank Mega Syariah

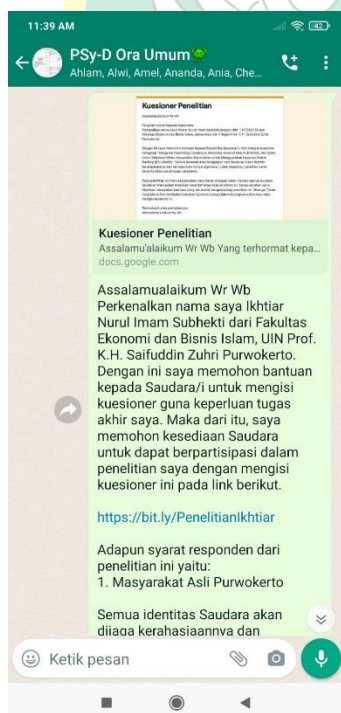
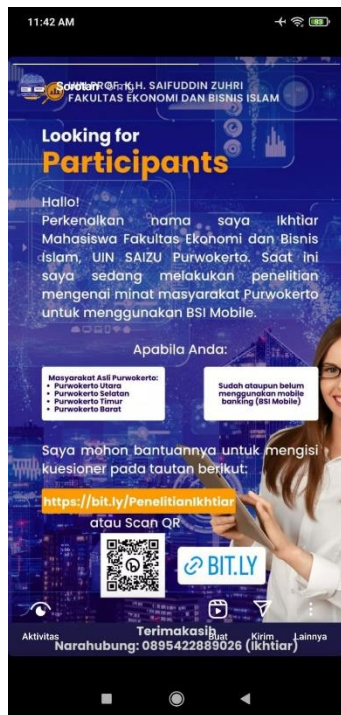
3,9 ★ | 2 rb ulasan | 34 MB | Rating 3+ | 10 Do

**Instal**

Alhamdulillah, Transfer Online pake BI-FAST sudah tersedia di M-Syariah.



## Lampiran 7. Dokumentasi Penyebaran Kuesioner



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama : Ikhtiar Nurul Imam Subhekti
2. NIM : 1917202193
3. Tempat/Tanggal Lahir : Banyumas, 23 Agustus 2001
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Nama Orangtua
  - a. Nama Ayah : Sukorisono
  - b. Nama Ibu : Rubiah

### B. Riwayat Pendidikan

1. SD/MI : SD Negeri 1 Grendeng (2013)
2. SMP/MTS : SMP Negeri 9 Purwokerto (2016)
3. SMA/SMK : SMA Negeri 3 Purwokerto (2019)
4. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (Dalam Proses)

### C. Pengalaman Organisasi

1. Panitia Hari Peduli Sampah Nasional (2021)
2. Volunteer Youth Mental Health Promotor (Bright Soul) (2021)
3. Ambassador Virtual Education Academy IV x Chatbot Uni Pilot Bootcamp (2022)

### D. Pengalaman Kerja/Magang

1. Magang di PT. Asuransi Umum Bumiputera Muda 1967 Cabang Purwokerto (2023)

Purwokerto, 5 Juli 2023



Ikhtiar Nurul Imam Subhekti