

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN,  
KETERSEDIAAN FITUR, LITERASI KEUANGAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN BSI  
MOBILE PADA MASYARAKAT BANYUMAS**



**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 :**

**NOVITA SETYO PUTRI**

**NIM. 1917202095**

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

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Novita Setyo Putri

NIM : 1917202095

Jenjang : S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Banyumas

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

Purwokerto, 11 Oktober 2023

Saya yang menyatakan,



Novita Setyo Putri

NIM. 1917202095

## LEMBAR PENGESAHAN



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

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN,  
KETERSEDIAAN FITUR, LITERASI KEUANGAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN BSI MOBILE  
PADA MASYARAKAT BANYUMAS**

Yang disusun oleh Saudara Novita Setyo Putri NIM 1917202095 Program Studi S-1 Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat, 20 Oktober 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.  
NIP. 19781231 200801 2 027

Sekretaris Sidang/Penguji

Ayu Kholifah, S.H.I., M.H.  
NIP. 19911224 202012 2 014

Pembimbing/Penguji

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

Purwokerto, 25 Oktober 2023

Mengetahui/Mengesahkan  
Dekan



**Dr. H. Jauzi 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 Novita Setyo Putri NIM. 1917202095 yang berjudul:

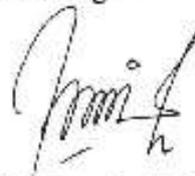
**Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur,  
Literasi Keuangan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen  
Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Banyumas**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan fakultas ekonomi dan bisnis islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Purwokerto, 11 Oktober 2023

Pembimbing



Siti Ma'sumah S.E., M.Si., CRA, CRP, CIAP  
NIP. 198305102023212033

## MOTTO

“Barang siapa bertakwa kepada Allah niscaya dia akan membukakan jalan keluar baginya”

(QS. At-Talaq: 2)



**PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN,  
KETERSEDIAAN FITUR, LITERASI KEUANGAN DAN KEAMANAN  
TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN BSI  
MOBILE PADA MASYARAKAT BANYUMAS**

**Novita Setyo Putri**  
**NIM. 1917202095**

*E-mail:* [novitasetyo1@gmail.com](mailto:novitasetyo1@gmail.com)

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

**ABSTRAK**

Di era teknologi saat ini, aplikasi perbankan digital semakin berkembang pesat, salah satu bank yang menggunakannya adalah Bank Syariah Indonesia. Menurut Direktur Utama Bank Syariah Indonesia, masifnya penetrasi digital membuat masyarakat terbiasa dengan akses terhadap perangkat digital, termasuk keuangan. Bank Syariah Indonesia memberikan layanan aplikasi digital berupa BSI Mobile. Pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan aplikasi digital sangat penting bagi industri perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik pengambilan data dilakukan melalui kuisisioner *google form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive* dengan jumlah responden 100 orang dan populasinya adalah masyarakat Kabupaten Banyumas. Analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen masyarakat Banyumas menggunakan BSI Mobile. Pada uji *R Square*, menjelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan dapat mempengaruhi preferensi konsumen menggunakan BSI mobile sebesar 70,4%, sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel efisiensi, kepercayaan nasabah, efektivitas yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** kemudahan, kegunaan, fitur, literasi keuangan, keamanan, preferensi.

**THE INFLUENCE OF PERCEIVED CONVENIENCE, PERCEIVED  
USEFULNESS, AVAILABILITY OF FEATURES, FINANCIAL  
LITERACY AND SECURITY ON CONSUMER PREFERENCES TO USE  
BSI MOBILE IN THE BANYUMAS COMMUNITY**

**Novita Setyo Putri**  
**NIM. 1917202095**

*E-mail:* [novitasetyo1@gmail.com](mailto:novitasetyo1@gmail.com)

Sharia Banking Study Program, Department of Islamic Economics and Finance,  
Faculty Of Islamic Economics And Business  
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

In these technological era, app of digital banking was growing rapidly, one of them was bank syariah Indonesia, according to the opinion of director of bank syariah Indonesia, fast pace of digital app bring people who habitual of digital acces including financial problems. Service was given by bank syariah Indonesia is digital app was named BSI mobile. The factor who influence of the konsumen preference to use digital app highly important to perbankan industry of digital era. This study have a purpose for knowing if, perceived convenience, perceived usefulness, availability of features, financial literacy and security affect consumer preferences to use BSI Mobile.

For this research, kuantitative methode was used, with data collection techniques based from questionnaires. The sampling technique used is non probability sampling with purposive sampling technique with 100 respondents and the population is the people of Banyumas Regency. The data analysis used is validity test, reliability test, multiple linear regression test, classical assumption test and hypothesis testing.

Based on the processed research results, it shows that the variables of perceived convenience, perceived usefulness, availability of features, financial literacy and security partially and simultaneously have a significant effect on the consumer preferences of the Banyumas community using BSI Mobile. In the R Square test, it explains that the variables of perceived convenience, perceived usefulness, availability of features, financial literacy, and security can influence consumer preferences using BSI mobile by 70.4%, while the remaining 29.6% is influenced by variables of efficiency, customer trust, effectiveness that are not included in this study.

**Keywords:** convenience, usefulness, features, financial literacy, security, preference.

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. 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 di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.... ‘....	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعقد بين	Ditulis	<i>muta' aqqidin</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## 3. Ta' marbutah di Akhir Kata Bila Dimatikan Ditulis h

حبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

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

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

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

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-ḥiṭri</i>
------------	---------	----------------------

#### 4. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	a
اِ	Kasrah	Ditulis	i
اُ	Dammah	Ditulis	u

#### 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	Jāhiliyah
2.	Fathah + ya'mati	Ditulis	A
	تس	Ditulis	Tansā
3.	Kasrah + ya'mati	Ditulis	I
	كريم	Ditulis	Karim
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فروض	Ditulis	Furūd

#### 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	au
	قول	Ditulis	qaulun

#### 7. Vokal Pendek Yang Berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لعين شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## 8. Kata sandang alif + lam

a. Apabila diikuti huruf qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”

القرآن	Ditulis	Al-Qur'an
القياس	Ditulis	Al-Qiyas

b. Apabila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya dengan menghilangkan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

## 9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>dzawī alfurūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl asSunnah</i>

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melipahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Banyumas” dapat terselesaikan dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat hingga akhir zaman. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam, Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini pastinya tidak terlepas dari doa dan dukungan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih atas segala bantuan, bimbingan, serta saran dari berbagai pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M. AG., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M. Ag., Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M. Ag., Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim S. Ag, M.M., Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M. Ag., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Shofwa Shafrani. SP., M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP., CIAP., selaku Dosen Pembimbing skripsi, terima kasih telah meluangkan waktu, tenaga, motivasi, dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
13. Segenap Staff Administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Untuk seluruh responden masyarakat Kabupaten Banyumas yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. *My beloved parents*, Bapak Saryono dan Ibu Satini yang merupakan sosok orang tua terhebat dalam hidup penulis, karena telah memberikan seluruh cinta kasih sayangnya, serta doa-doa yang dipanjatkan dan support yang tidak pernah putus. Terima kasih banyak, semoga selalu diberikan kesehatan, perlindungan, dan keberkahan hidup dari Allah SWT.
16. Untuk adiku tersayang Farhan Rafitama Sutan Atalah dan Arzyla Naira Putri yang selalu menghibur dan memberi semangat kepada penulis, semoga kalian sehat selalu dan menjadi anak yang sukses di kemudian hari.
17. Terima kasih kepada keluarga besar saya yang selalu memberikan support dan semangat khususnya dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga selalu dipermudah segala urusan dan kebaikannya dibalas Allah SWT.
18. Terima kasih kepada teman saya, Ova, Nadhia, Khofifah, Ayu, Yumel, Sulis, Hita, Zahwa, Melvy, Aina, Melly, Fanny, Neta dan Okta yang selalu

memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah, memberikan bantuan, motivasi, saran dan kerjasama, serta doa baik.

19. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah B angkatan 2019 yang telah memberikan cerita, pengalaman, dan pelajaran hidup. Terima kasih kebersamaannya selama 4 tahun, semoga kita semua dimudahkan segala urusan dan dapat berjumapa lagi dikemudian hari.
20. Teman-teman KKN Angkatan 50 Desa Kalilangkap, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes, semoga silaturahmi kita semua tetap berjalan dan dapat bertemu lagi.
21. Terima kasih kepada mas gilga sahid, mba niken salindri, dan mba happy asmara yang selalu menemani saya dengan lagu-lagunya pada saat mengerjakan.
22. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kesalahan, oleh karena itu untuk perbaikan selanjutnya, kritik dan saran penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini bermanfaat baik untuk penulis maupun semua pihak.

*Wassalamu 'alaikum wr.wb*

Purwokerto,  
Peneliti yang menyatakan

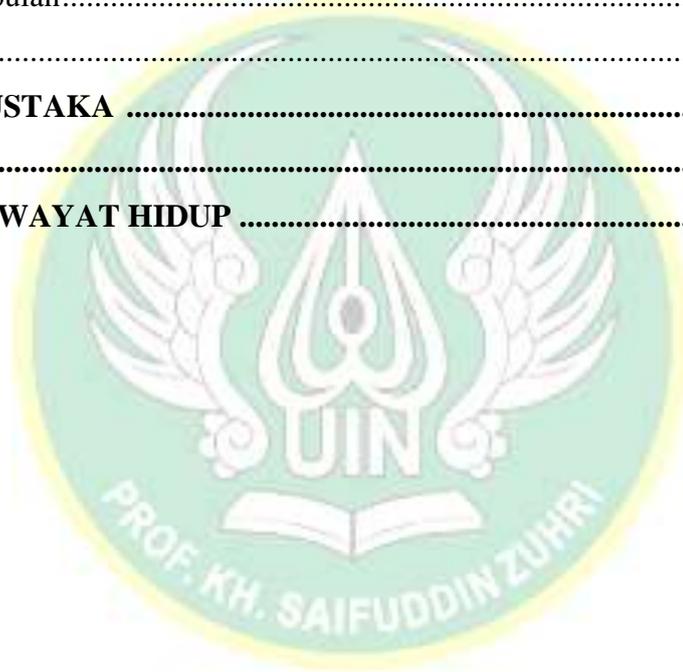


**Novita Setvo Putri**  
NIM. 1917202095

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Landasan Teori .....	12
B. Landasan Teologis .....	24
C. Kajian Pustaka .....	28
D. Kerangka Berfikir.....	31
E. Rumusan Hipotesis .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis Penelitian .....	37
B. Tempat dan waktu Penelitian.....	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Sumber Data.....	43

G. Uji Instrumen.....	43
H. Teknik Analisis Data .....	45
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
B. Hasil Kuisisioner .....	52
C. Karakteristik Responden .....	53
C. Hasil Analisis Data .....	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>79</b>
A. Kesimpulan.....	79
B. Saran .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>148</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan Jumlah User BSI Mobile di Indonesia .....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian .....	39
Tabel 3.2	Skor Skala Likert .....	43
Tabel 4.1	Hasil Penyebaran Kuisisioner .....	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili .....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Persepsi Kemudahan .....	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Persepsi Kegunaan .....	57
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Ketersediaan Fitur .....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan .....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Keamanan .....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Preferensi Konsumen .....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas .....	63
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	69
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( <i>Adjusted R Square</i> ) .....	70

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penetrasi Pengguna Internet .....	3
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir .....	32



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Tabel
- Lampiran 5 Hasil Output SPSS
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 11 Daftar Riwayat HidupBAB I



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sektor yang secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara adalah industri jasa keuangan. Ketika aktivitas ekonomi menghasilkan produksi produk dan layanan yang meningkatkan kemakmuran masyarakat, maka pertumbuhan ekonomi akan dikatakan meningkat. Industri perbankan merupakan salah satu contoh sektor jasa keuangan yang memiliki fungsi penting sebagai sumber pembiayaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan perekonomian. Dalam rangka membantu aliran dana masyarakat kembali ke dalam kegiatan ekonomi yang produktif, perbankan sebagai lembaga keuangan diharapkan dapat menstimulasi pertumbuhan ekonomi dan memberikan kontribusi terhadap pendapatan nasional.

Perbankan di Indonesia memiliki beberapa jenis berdasarkan fungsinya, berdasarkan kepemilikan, berdasarkan statusnya dan berdasarkan kegiatannya. Bank berdasarkan fungsinya terdiri dari Bank Sentral, Bank Umum, dan Bank Perkreditan Rakyat. Bank berdasarkan kepemilikan yaitu Bank Pemerintah, Bank Swasta Nasional, Bank Koperasi, dan Bank Asing. Sedangkan, bank berdasarkan statusnya dibedakan menjadi Bank Devisa dan Bank Non-Devisa. Kemudian jenis bank berdasarkan kegiatan operasional dapat dibedakan menjadi Bank Konvensional dan Bank Syariah (Sofya, 2020).

Bank syariah adalah sistem keuangan yang melarang investasi pada perusahaan yang melanggar hukum dan didasarkan Undang-Undang dan prinsip-prinsip Islam. Secara keseluruhan, perbankan syariah memiliki tanggung jawab dan kerangka kerja organisasinya sendiri. Semua bank syariah diharuskan untuk mematuhi semua peraturan dan undang-undang yang telah ditetapkan sebagai hasil dari pengawasan yang dilakukan oleh dewan pengawas pusat perbankan syariah. Setiap aturan mencakup kegiatan

yang mengikuti hukum dan didasarkan pada keuangan Islam, baik dalam bentuk barang atau jasa (Hamzah, 2015).

Masyarakat Indonesia beralih ke bank-bank syariah yang menekankan sistem bagi hasil dan prinsip-prinsip syariah karena mereka sadar akan haramnya riba di bank-bank konvensional. Bank-bank Islam melihat penggunaan teknologi dapat meningkatkan kenyamanan, keamanan, dan efektivitas layanan kepada nasabah. Mobile banking dapat meningkatkan standar layanan yang diberikan oleh bank syariah. Nasabah dapat melakukan transaksi dengan lebih mudah menggunakan mobile banking (Ramadhan, 2017). Kemajuan teknologi berdampak pada semua aspek kehidupan, pekerjaan, dan aktivitas manusia. Dengan penggunaan teknologi, sebuah kegiatan dapat dengan mudah diselesaikan tanpa mengeluarkan uang untuk biaya transportasi atau biaya jalan. Teknologi berbasis komputer adalah salah satu contoh bagaimana produktivitas dan efisiensi yang dapat ditingkatkan di tempat kerja (Kasemin, 2015).

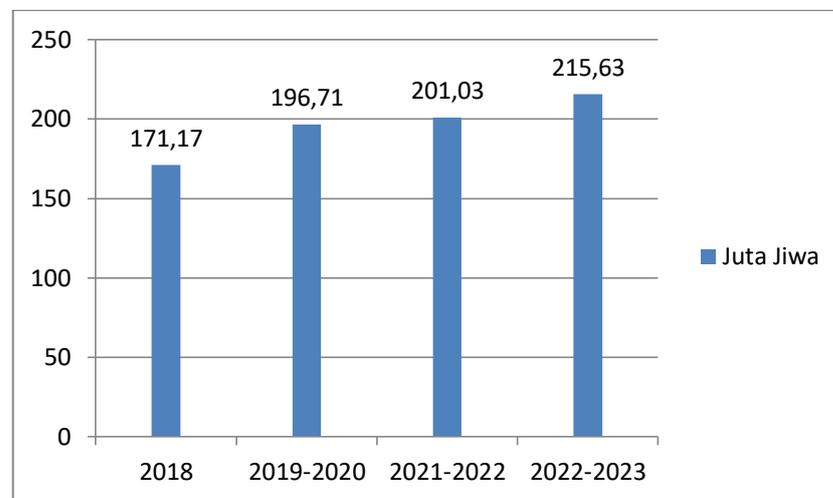
Sesuai dengan layanan yang ditawarkan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah seiring dengan kemajuan di era teknologi saat ini, mobile banking telah berkembang dengan cepat. Terlepas dari kemajuan besar di sektor perbankan, nasabah masih menghadapi sejumlah tantangan saat bertransaksi. Oleh karena itu, untuk tetap memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam bertransaksi, maka sangat diperlukan tingkat keamanan yang baik dan hal-hal lainnya. Selain itu, bank harus mengembangkan layanan mobile banking-nya sehingga dapat menarik nasabah untuk menggunakannya (Harahap, 2020).

Sektor perbankan telah memanfaatkan kemajuan teknologi internet untuk menciptakan layanan baru. Agar bank dapat bersaing memperebutkan pangsa pasar, pengembangan layanan perbankan berbasis teknologi (transaksi elektronik) sangatlah penting. Layanan ini dalam bentuk *internet banking*, *mobile banking* yang berbasis handphone (*phone banking*), penggunaan ATM (*Authomatic Teller Machine*), *Credit Card* dan lain sebagainya merupakan keharusan bagi bankbank untuk merebut pangsa pasar. Nasabah dapat

mengakses melalui komputer atau jaringan internet setiap saat untuk melakukan transaksi non-tunai dengan mudah dan nyaman (Rithmaya, 2016).

**Gambar 1.1**

**Penetrasi Pengguna Internet**



*Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Bila dibandingkan dengan survei periode sebelumnya, tingkat penetrasi internet di Indonesia pada tahun ini mengalami peningkatan sebesar 1,17 persen dibandingkan pada 2021-2022 yang sebesar 77,02%. Sebagai informasi, tren penetrasi internet di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018, penetrasi internet di Tanah Air mencapai 64,8% dan levelnya naik menjadi level 73,7% pada 2019-2020.

Bank Indonesia Syariah (BSI) merupakan salah satu bank yang menggunakan fitur mobile banking untuk mempermudah transaksi keuangan nasabah. Nasabah dapat menggunakan BSI Mobile sebagai layanan yang ditawarkan oleh Bank BSI untuk mobile banking. Aplikasi bernama BSI Mobile digunakan untuk mempermudah transaksi (Lubis, 2021). Belum lama ini banyak nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) yang melaporkan bahwa

mereka tidak dapat mengakses aplikasi BSI Mobile karena adanya masalah keamanan di bank tersebut. Layanan BSI sempat tidak tersedia karena pemeliharaan sistem, namun laporan berikutnya mengklaim bahwa BSI adalah korban ransomware.

Layanan Bank Syariah Indonesia (BSI) sempat down, yang dikaitkan dengan kelompok peretas LockBit. Mereka juga mengaku telah mengambil data-data BSI termasuk informasi nasabah. (Suryo, 2023). Alfons Tanujaya seorang pakar keamanan siber di Vaksincom, mengklaim bahwa LockBit tidak hanya sekedar menggertak tetapi mereka memiliki 1,5 TB data BSI yang telah berhasil mereka curi dan dienkripsi. Menurut catatan detikINET, LockBit adalah geng ransomware mengerikan yang menyumbang 38% dari seluruh serangan di Q1 2022, sehingga menjadikannya “penguasa” serangan ransomware. Informasi yang diperoleh LockBit dari vSI disimpan dalam 9 basis data dan berisi nomor telepon, alamat, nama, informasi dokumen, jumlah rekening, nomor kartu, transaksi dan banyak lagi data milik dari 15 juta pelanggan dan karyawan. Lockbit juga menegaskan memiliki kata sandi untuk semua sistem internal dan eksternal bank (Prastiwi, 2023).

Terlepas dari konersi sistem m-banking legacy bank ke BSI Mobile, ulasan pengguna terhadap aplikasi BSI Mobile menunjukkan bahwa aplikasi ini masih memiliki beberapa masalah. Hal ini hendaknya menjadi bahan evaluasi bagi Bank syariah Indonesia untuk memperbaiki pelayanannya supaya timbul minat masyarakat terhadap penggunaan BSI Mobile. Salah satu teori yang berkaitan dengan teknologi informasi digunakan untuk mengukur penerimaan individu terhadap teknologi baru adalah teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989) berusaha mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam hal penerimaan teknologi, khususnya m-banking. Terdapat 5 variabel dalam teori TAM, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kemanfaatan, persepsi sikap penggunaan, perilaku untuk tetap menggunakan, kondisi nyata penggunaan sistem. Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel dalam teori TAM, yaitu teori persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Jumlah User BSI Mobile di Indonesia**  
**Tahun 2021-2023**

No.	Tahun	Jumlah Pengguna	Jumlah Transaksi
1.	2021	3,2 Juta Orang	39,8 Triliun
2.	2022	4,4 Juta Orang	52,5 Triliun
3.	2023	5,1 Juta Orang	64,1 Triliun

*Sumber: bankbsi.co.id (data diolah)*

PT Bank Syariah Indonesia Tbk mencatat adanya pertumbuhan penggunaan layanan digital BSI Mobile yang sangat pesat. Direktur Utama Bank Syariah Indonesia mengatakan, masifnya penetrasi digital membuat masyarakat terbiasa dengan akses terhadap perangkat digital, termasuk keuangan. Layanan digital BSI dikemas dalam BSI Mobile yang di desain sebagai *one stop solution* sebagai sahabat finansial, sahabat sosial dan sahabat spiritual. Beliau menjelaskan sepanjang tahun 2022, pengguna BSI Mobile mengalami peningkatan sekitar 39% menjadi sebanyak 4,4 juta pengguna. Jumlah transaksi digital pada tahun lalu pun melesat sebanyak 28,72%, di tahun 2021 sekitar Rp 39,8 triliun dan di tahun 2022 menjadi Rp 52,5 triliun. Pada tahun ini, transaksi digital diproyeksikan naik 23,1% menjadi Rp 64,1 triliun (CNBC Indonesia, 2023).

Berdasarkan data dari BPS, Kabupaten Banyumas merupakan wilayah setingkat kabupaten di Jawa Tengah dengan luas 1.327,59 kilometer persegi atau sekitar 4,04 % dari luas provinsi secara keseluruhan. Terdapat 331 desa/kelurahan di 27 kecamatan yang membentuk Kabupaten Banyumas. Pada tahun 2022, Kabupaten Banyumas mempunyai jumlah penduduk sebanyak 1.806.013 jiwa dengan laju pertumbuhan 0,95 % per tahun (banyumaskab.bps.go.id, 2023). Oleh karena itu, memanfaatkan aplikasi BSI Mobile dimungkinkan oleh populasi yang padat dan cara hidup berteknologi canggih di daerah Kabupaten Banyumas. Jika pelayanan digital semakin

meningkat, maka kemungkinan masyarakat untuk datang bertransaksi ke Bank semakin sedikit sehingga tidak akan terjadi antrian yang panjang.

Preferensi konsumen adalah pilihan atau preferensi seseorang untuk menyampaikan suka atau tidak suka terhadap suatu barang atau jasa. Dengan arti yang sama, yaitu ketertarikan terhadap sesuatu, kata preferensi juga dapat digunakan untuk menggantikan kata kesukaan (Simamora, 2013). Fitur, keamanan, persepsi, literasi keuangan, dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut merupakan beberapa faktor yang mempengaruhi minat untuk menggunakan aplikasi (Trojanowski & Kułak, 2017). Dari beberapa faktor tersebut, peneliti memilih persepsi, fitur, literasi keuangan dan keamanan sebagai faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam transaksi menggunakan BSI Mobile.

Persepsi adalah suatu proses seseorang memilih, menerima, mengatur, dan menginterpretasikan informasi dari lingkungannya (Herlan & Yono, 2013). Persepsi seseorang tentang seberapa mudah mereka menemukan sistem teknologi untuk dipahami dan dioperasikan dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan (Rithmaya, 2017). Kegunaan sebagai landasan keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya (Adamson dan Shine, 2012).

Fitur dalam sebuah aplikasi dapat berfungsi sebagai iklan untuk menarik pengguna (Setyadarma, 2018). Sementara itu, keamanan merupakan komponen penting dalam layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna untuk terus menggunakan. Semakin besar tingkat keamanan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen/pelanggan yang menggunakan mobile banking, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan tertarik untuk menggunakan layanan tersebut dalam menjalankan bertransaksi. (Lee, 2009)

Dari penelitian Chitra Laksmi Rithmaya (2016) Minat nasabah untuk menggunakan *internet banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi kemudahan dan penelitian yang dilakukan oleh Irvan Yusuf Nugroho (2022) yaitu Preferensi untuk menggunakan BSI Mobile secara signifikan

dipengaruhi oleh kenyamanan yang dirasakan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Ahmad (2014) menjelaskan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat ulang nasabah menggunakan layanan *internet banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2014) dimana bahwa persepsi kegunaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap variabel layanan *mobile banking* islam. Sedangkan dalam penelitian Utami dan Herawati (2020) kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan transaksi *non cash*. Serta penelitian dari Chitra Laksmi Rithmaya (2016) kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Bambang (2016) ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Armia Rizky Damayanti (2021) bahwa fitur berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan perilaku pemakaian *m-banking* secara parsial. Sedangkan hasil penelitian dari Purwadi (2013) fitur layanan tidak berpengaruh terhadap preferensi ulang nasabah terhadap penggunaan *i-banking*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Awalina (2019) secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan *e-money*. Sama dengan penelitian dari Andreou dan Anyfantaki (2020) tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat pengetahuan keuangan dengan frekuensi penggunaan *internet banking*. Berbeda dengan hasil penelitian dari Yulianto (2018) literasi keuangan syariah tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk dan jasa lembaga keuangan syariah berupa tabungan dan asuransi.

Hasil penelitian dari Hesti Handinisari (2023) keamanan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan Mobile Banking. Dalam penelitian yang dilakukan Putri Amalia dan Anna zakiyah (2022) variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtisar (2021) keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Irvan Yusuf Nugroho (2022). Dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa beberapa faktor dapat berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Dalam penelitian yang akan dilakukan terdapat penambahan variabel independen berupa keamanan yang akan menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya. Masih adanya *gap* ataupun perbedaan dari hasil penelitian-penelitian terdahulu terkait preferensi nasabah yang menggunakan empat variabel sehingga menjadi daya tarik mengapa variabel-variabel tersebut dipilih.

Berdasarkan uraian yang sudah dipaparkan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan Dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Banyumas.”** Penelitian ini mencoba untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam menggunakan BSI Mobile.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?
2. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?
3. Apakah ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?
4. Apakah literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?
5. Apakah keamanan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?

6. Apakah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur dan keamanan secara simultan berengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.
- b. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.
- c. Untuk mengetahui apakah ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.
- d. Untuk mengetahui literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.
- e. Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.
- f. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile.

### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Berikut ini adalah manfaatnya:

#### **a. Manfaat Teoritis**

- 1) Bagi peneliti diharapkan dapat menambah pengalaman, pemahaman, dan informasi mengenai pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan BSI Mobile.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan menjadi sumber bacaan ilmiah yang memberikan wawasan tentang BSI Mobile

dan dapat digunakan sebagai panduan untuk melakukan penelitian-penelitian terkait.

**b. Manfaat Praktis**

- 1) Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi bank agar membantu bank berkembang lebih baik lagi, memberikan gambaran umum mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi preferensi nasabah dalam menggunakan BSI Mobile, serta membantu bank dalam meningkatkan keamanan.
- 2) Bagi masyarakat bisa menjadi masukan dan sumber informasi untuk masyarakat tentang BSI Mobile dan Bank Syariah Indonesia.

**D. Sistematika Pembahasan**

Secara keseluruhan untuk dapat memperoleh gambaran dari skripsi ini, maka diperlukan sistematika pembahasan. Sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam penelitian ini berisi pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

**BAB II : LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini terdiri dari kajian pustaka yang meliputi: penelitian terdahulu, kajian teori, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, variabel dan indikator penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data teknik pengumpulan data, metode analisis data, dan teknis analisis data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menyejikan deskripsi data, pengujian data, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Isi dari bab V yaitu kesimpulan, saran, dan penutup.



## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Mobile Banking Bank Syariah Indonesia**

Bank Islam yang sering dikenal sebagai bank syariah adalah lembaga keuangan yang tidak mengandalkan bunga untuk menghasilkan pendapatan. Bank syariah juga disebut sebagai bank tanpa bunga karena lembaga keuangan yang praktik dan layanannya didasarkan pada ajaran Al Qur'an dan Hadits Nabi. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan hukum Islam (Wilardjo, 2005).

Bank Syariah adalah bank yang aktivitasnya menyingkirkan masalah riba. Dengan demikian, penghindaran bunga yang dianggap riba merupakan salah satu tantangan yang dihadapi dunia Islam dewasa ini. Suatu hal yang menggembarakan bahwa belakangan ini para ekonom muslim telah mencurahkan perhatian besar, guna menemukan cara untuk menggantikan sistem bunga dalam transaksi perbankan dan keuangan yang lebih sesuai dengan etika Islam.

Pertumbuhan internet di Indonesia menjadi pangsa pasar yang potensial. Persaingan dalam dunia industri perbankan menuntut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan melalui teknologi informasi yang lebih canggih, efektif, aman, nyaman dan terkendali sehingga dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Mobile banking merupakan teknologi yang inovatif dan menawarkan layanan informasi terkini di bidang perbankan sehingga nantinya dapat membantu para nasabahnya dalam bertransaksi. Selain itu, setiap jenis perbankan baik syariah maupun konvensional kini menggunakan mobile banking untuk menyelesaikan transaksi (Zakiah, 2023).

Mobile banking bank syariah yang memiliki banyak kesamaan fungsi dengan sms banking dan internet banking merupakan

pengembangan dari dua inovasi yang telah dilakukan oleh bank-bank syariah sebelumnya. Mobile banking menawarkan dan menyediakan banyak layanan perbankan syariah yang sama dengan perbankan online, seperti transfer dana, cek saldo, perubahan rekening, pembayaran, pembelian, dan layanan lainnya (Yusmad, 2018).

Manfaat menggunakan mobile banking antara lain mempermudah pekerjaan, meningkatkan pengetahuan individu, mempercepat waktu yang dihabiskan untuk menggunakannya, dan meningkatkan tingkat produktivitas individu. Tujuan nasabah dalam menggunakan mobile banking adalah untuk mempercepat waktu dan lebih konsisten dalam melakukan transaksi. Kemudahan penggunaan dan berbagai manfaat akan mendorong nasabah Bank Syariah Indonesia untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile. Ada aspek lain yang harus diperhatikan oleh nasabah seperti dengan memperhatikan keamanannya (Fadillah et al., 2022).

Kelemahan dari m-banking adalah ketergantungan terhadap ketersediaan jaringan seluler operator yang bersangkutan. Jika terjadi blankspot atau ketidakterediaan jaringan, maka layanan m-banking tidak bisa dilakukan. Hal tersebut sebenarnya bukanlah tanggung jawab bank melainkan tanggung jawab penyedia operator seluler dan internet provider yang digunakan oleh nasabah untuk mengakses layanan m-banking. Selain itu, bahaya akan datang ketika orang lain, dalam hal ini pihak ketiga, mengetahui nomor PIN pengguna mobile banking. Kondisi ini akan berdampak tingkat kenyamanan nasabah berbanding terbalik dengan tingkat keamanan yang didapatkan oleh nasabah. Jika hal ini terjadi maka akan beraibat pada pencurian ataupun penipuan (Hadi, 2014).

## **2. Preferensi Konsumen**

### **a. Pengertian**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer, preferensi didefinisikan sebagai kesukaan, pilihan, kesukaan, dan perilaku tertentu yang diberikan kepada pelanggan. Sedangankan dalam Kamus

Besar Bahasa Indonesia Preferensi didefinisikan sebagai keputusan, kecenderungan, kesukaan, atau hak untuk didahulukan daripada yang lain dalam.

Pilihan atau preferensi seseorang untuk menyampaikan suka atau tidak suka terhadap suatu barang atau jasa dikenal dengan istilah preferensi konsumen. Kata preferensi terkadang disamakan dengan istilah kesukaan yang memiliki arti ketertarikan terhadap sesuatu (Simamora, 2013).

#### **b. Faktor Yang mempengaruhi**

Faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam membeli atau menggunakan suatu produk (Shofiana, 2011), sebagai berikut:

##### 1) Faktor Lingkungan Eksternal

Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai lapisan masyarakat tempat dimana dilahirkan dan dibesarkan. Konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap yang berbeda. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen diantaranya kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas social, kelompok social, kelompok referensi dan keluarga.

##### 2) Faktor Lingkungan Internal

Faktor psikologis yang berasal dari proses intern individu juga berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen, teori-teori psikologis akan banyak membantu dalam memberikan pengetahuan yang sangat penting tentang alasan-alasan yang menyangkut perilaku konsumen, diantaranya dari faktor motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian dan konsep diri serta sikap.

#### **c. Indikator**

Nicholson & Synder (2014) menyatakan bahwa ada tiga asumsi yang mendasari pilihan konsumen, antara lain :

1) Kelengkapan

Pelanggan dapat memilih salah satu atau semua komponen dari barang dan jasa yang tersedia saat ini. Konsumen dapat membandingkan dan mengurutkan preferensi mereka dalam skenario ini dari yang paling disukai hingga yang paling tidak disukai karena preferensi diyakini bersifat komprehensif.

2) Transitivitas

Keranjang pasar yang tersedia semuanya dapat dibandingkan dan diberi peringkat oleh konsumen. Ketika pelanggan lebih menyukai barang A daripada barang B dan barang B yang sangat baik daripada barang C, maka pelanggan pasti akan memilih barang A daripada barang C.

3) Lebih Banyak Lebih Baik daripada Lebih Sedikit

Barang dan jasa diasumsikan memiliki daya tarik yang bagus (tidak menjenuhkan). Konsumen dalam skenario ini selalu mencari yang terbaik dan membeli dalam jumlah besar jika memungkinkan, mereka tidak akan pernah merasa puas atau jenuh.

### 3. Persepsi Kemudahan

#### a. Pengertian

Persepsi kemudahan adalah persepsi individu tentang keyakinan terhadap kemudahan penggunaan didasarkan pada seberapa mudah pengguna dalam menemukannya dengan menggunakan dan memahami suatu teknologi tertentu. Kemudahan merupakan contoh tertentu dari penerimaan suatu proses ataupun ide seseorang yang akan menggunakannya. Jika mereka benar-benar memahami betapa sederhananya menggunakan sistem informasi. Dan tingkat kepercayaan yang dirasakan untuk mengukur seberapa mudah pengguna bisa memahami sistem teknologi tertentu dan dapat digunakan dengan nyaman (Zaki, 2022).

Kenyamanan yang dirasakan menunjukkan bahwa sebuah sistem tidak dimaksudkan untuk mempersulit pengguna, melainkan untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain, orang yang menggunakan sistem akan dapat bekerja lebih cepat daripada orang yang tidak menggunakannya atau yang bekerja secara manual.

Layanan mobile banking bank harus mudah dipahami dan mudah digunakan agar pengguna dapat dengan cepat mempelajari cara bertransaksi menggunakan m-banking. Respons psikologis pengguna adalah lebih mudah menerima sesuatu yang mudah dimengerti. Kemudahan tersebut dapat mendorong seseorang untuk menerima dan menggunakan sebuah sistem (Hadi, 2014).

**b. Indikator**

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur persepsi kemudahan penggunaan menurut Davis yaitu sebagai berikut:

1) Mudah dipelajari

Mudah dipelajari diindikasikan dengan tidak sulit untuk dipelajari, artinya bahwa ketika seseorang pertama kali melakukan transaksi menggunakan teknologi (dalam hal ini BSI Mobile), orang tersebut akan langsung mengerti dan paham tatacara penggunaan teknologi tersebut. Sehingga untuk pemakaian selanjutnya tidak ada kesulitan apapun dalam penggunaan teknologi.

2) Dapat dikontrol

Dapat dikontrol berarti mudah mengerjakan apa yang diinginkan pengguna serta jarang melakukan kesalahan transaksi.

3) Fleksibel

Fleksibel adalah kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi berbeda, dengan berbagai individu/kelompok. Fleksibel dalam menggunakan BSI Mobile

diindikasikan bahwa nasabah bisa melakukan transaksi melalui fitur QRIS dengan sangat mudah.

4) Mudah digunakan

Mudah digunakan adalah tidak adanya kendala yang berarti serta tidak membutuhkan banyak tenaga untuk menggunakan teknologi tersebut.

5) Jelas dan dapat dipahami

Jelas dan dapat dipahami adalah ketika tidak adanya pertanyaan yang berarti saat teknologi tersebut digunakan.

#### 4. Persepsi Kegunaan

##### a. Pengertian

Noviarni (2014) memberikan sejumlah indikator persepsi kegunaan penggunaan, antara lain efisiensi, efektivitas, pertumbuhan produktivitas, kegunaan, dan mempercepat pekerjaan. Salah satu komponen dari model penerimaan teknologi yang telah mengalami pengujian adalah kegunaan yang dirasakan (Davis 2000). Kegunaan sebagai landasan keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya (Adamson dan Shine, 2012).

Frekuensi penggunaan dan variasi program yang dijalankan menjadi dasar pengukuran kegunaan. Jika orang menyadari keuntungan dari penggunaan teknologi informasi, mereka akan lebih cenderung menggunakannya (Thompson & Baril, 2003). Kadang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan mobile banking dikarenakan sistem yang rumit sehingga nasabah masih cenderung lebih memilih menggunakan layanan publik yakni ATM yang hanya sekedar mengecek saldo, transfer dan membayar tagihan melalui ATM.

## **b. Indikator**

Menurut Davis (2000) beberapa indikator persepsi kegunaan teknologi informasi yang meliputi yaitu sebagai berikut:

- 1) *Makes job easier* (menjadi lebih mudah), transaksi perbankan menjadi lebih mudah.
- 2) *Increase productivity* (menambah produktifitas), dapat meningkatkan pengetahuan dan kinerja pengguna.
- 3) *Enhance effectiveness* (mempertinggi efektifitas), dapat mempercepat waktu pengguna dalam penelusuran.
- 4) Mempengaruhi tingkat kinerja seseorang yang menggunakannya.

## **5. Ketersediaan Fitur**

### **a. Pengertian**

Fitur berfungsi sebagai bentuk daya saing strategis antara produk perusahaan dan produk perusahaan saingan. Strategi terbaik untuk bersaing adalah dengan meluncurkan fitur baru yang berguna terlebih dahulu dan menjadi produsen pertama yang menyediakannya (Kotler dan Armstrong, 2008). Kelengkapan jenis layanan perusahaan adalah salah satu kualitas fitur layanan. Layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat) dan layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan, dan beberapa fitur lainnya) sudah termasuk dalam kemampuan mobile banking (Amalia, 2022).

Keberadaan dan kecanggihan sebuah fitur menjadi salah satu alasan konsumen untuk memilih suatu produk oleh karena itu sebuah perusahaan penyedia layanan jasa harus senantiasa melakukan inovasi atau produk/layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Ainscought dan Luckett dalam Wahyuliza (2015) ketersediaan fitur adalah perlengkapan untuk interaktivitas nasabah. Kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan

internet banking adalah salah satu yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan internet banking.

**b. Indikator**

Menurut Poon (2017) ada beberapa konstruk yang menjadi indikator ketersediaan fitur (*feature availability*) suatu sistem e-Banking, diantaranya yaitu:

1) Kemudahan dalam akses informasi tentang produk dan jasa

Kemudahan dalam akses informasi adalah kemudahan yang diberikan kepada seseorang atau masyarakat untuk memperoleh informasi yang diperlukan. Akses informasinya menyangkut tentang produk apa saja dan jasa yang tersedia pada layanan e-Banking.

2) Keberagaman layanan transaksi

Keberagaman layanan transaksi yang tersedia akan dapat menambah kepuasan tersendiri bagi para pengguna layanan, karena terdapat berbagai layanan transaksi yang bisa digunakan dalam melakukan transaksi apapun.

3) Keberagaman fitur

Keberagaman fitur merupakan kumpulan semua produk yang ditawarkan oleh pihak produsen terhadap para konsumen dengan berbagai fitur yang terdapat didalamnya.

4) Inovasi produk

Inovasi produk adalah upaya yang dilakukan untuk memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan produk yang diproduksi selama ini.

5) Kepercayaan

Kepercayaan adalah seseorang percaya bahwa fitur yang ada didalam aplikasi tidak menyulitkan mereka pada saat menggunakannya.

### c. Fitur BSI Mobile

Beberapa fitur yang ada di dalam BSI Mobile antara lain sebagai berikut:

- 1) Info rekening
- 2) Transfer uang
- 3) Tarik tunai
- 4) Bayar kebutuhan sehari-hari seperti UKT, BPJS, PLN, pulsa dan masih banyak lainnya
- 5) Top Up contohnya E-Money, LinkAja, Go-pay, Ovo, ShopeePay dan lainnya
- 6) Layanan Islami seperti Kalkulator Qurban, Juz Amma, Asmaul Husna dan lain-lain.
- 7) Buka Rekening
- 8) QRIS (*Quick Responses Indonesia Standard*)
- 9) E-mas (pembelian emas)
- 10) E-commerce dan masih banyak lainnya

## 6. Literasi Keuangan

### a. Pengertian

OJK (2019) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kepemilikan pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang membentuk sikap dan perilaku serta meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan juga dapat dipahami sebagai pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan.

Literasi keuangan (*Financial Literacy*) merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada trade off yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Menurut Robb & Woodyard (2011) memiliki

literasi keuangan yang cukup akan berdampak positif pada perilaku keuangan seseorang, termasuk bagaimana mereka mengelola atau mengalokasikan uang mereka.

Pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari sehingga menjadi life skill yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan dalam jangka panjang. Berdasarkan Standar Nasional Literasi Keuangan Indonesia tahun 2017, seseorang dapat dikatakan sebagai well literate apabila memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga, produk dan layanan jasa keuangan, serta keterampilan dalam mengetahui produk dan layanan jasa keuangan tersebut (Sugiharti, 2019).

#### **b. Dimensi Literasi Keuangan**

Byrne (2007) juga mengatakan bahwa pengetahuan keuangan yang rendah akan menyebabkan perencanaan keuangan yang salah dan menyebabkan bias dalam pencapaian kesejahteraan di saat usia tidak produktif lagi. Chen and Volpe (1998) menjabarkan literasi keuangan ke dalam 4 dimensi yaitu:

- 1) Manajemen keuangan pribadi (personal finance) merupakan proses perencanaan dan pengendalian keuangan dari unit individu atau keluarga.
- 2) Bentuk simpanan di Bank yang dapat dilakukan dalam bentuk tabungan (sebagian pendapatan masyarakat yang tidak dibelanjakan disimpan sebagai cadangan guna berjaga-jaga dalam jangka pendek), deposito berjangka (simpanan pada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu), sertifikat deposito (deposito berjangka yang bukti simpanannya dapat diperdagangkan), dan giro (simpanan pada bank yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran).
- 3) Asuransi adalah salah satu bentuk pengendalian resiko yang dilakukan dengan cara mengalihkan/transfer risiko dari satu pihak

ke pihak lain (dalam hal ini adalah perusahaan asuransi). Definisi asuransi yang lain adalah merupakan suatu pelimpahan resiko dari pihak pertama kepada pihak lain.

- 4) Investasi merupakan suatu bentuk pengalokasian pendapatan yang dilakukan saat ini untuk memperoleh manfaat keuntungan (return) di kemudian hari yang bisa melebihi modal investasi yang dikeluarkan saat ini.

## **7. Keamanan**

### **a. Pengertian**

Ketika menggunakan layanan mobile banking, keamanan data menjadi perhatian utama. Kemungkinan kerahasiaan dibobol dalam transaksi online berdampak besar pada kepercayaan dan penggunaan. Menurut survei, kekhawatiran pelanggan akan kerahasiaan informasi pribadi mereka saat melakukan pembelian secara online sering kali muncul (Maharsi dan Fenny, 2006). Keamanan menurut Ahmad dan Pambudi (2014) adalah kemampuan internet banking untuk melindungi informasi atau data konsumen dari penipuan dan pencurian (Susanto, 2013).

Dapat dikatakan bahwa keamanan merupakan aspek yang sangat penting karena memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam memanfaatkan mobile banking. Akibatnya, persepsi konsumen terhadap keamanan akan menjadi motivator terkuat bagi mereka untuk memanfaatkan layanan mobile banking yang sangat rahasia. Tingkat keamanan bertransaksi secara online adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan e-banking. Beberapa nasabah menghindari penggunaan ebanking karena memiliki persepsi bahwa bertransaksi secara online melalui e-banking mudah terjadi penyalahgunaan.

Menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood (2003:7) dalam konteks *mobile banking*, ancaman bagi aspek keamanan adalah penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dengan demikian bahwa keamanan dalam menggunakan online banking adalah terjaminnya dana yang disimpan dan data pribadi nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari online banking. Tujuan sistem keamanan harus diimplementasikan pada pengembangan sistem aplikasi perbankan dan yang terpenting yaitu bagaimana agar sistem aplikasi itu bersifat easy to use dan easy to operate (Afghani dan Yulianti, 2016).

**b. Aspek Keamanan**

Ada beberapa aspek keamanan komputer yang wajib diperhatikan dan mempunyai beberapa lingkup penting menurut Lewis dan Thygerson (1997) dalam Dianta dan Zusrony (2019), diantaranya:

1) Privacy & Confidentiality

Aspek ini menekankan pada usaha dalam menjaga kerahasiaan data dan informasi dan pihak lain tidak boleh mengaksesnya. Sedangkan privacy lebih menekankan pada data data privat, contohnya data tentang nasabah perbankan.

2) Integrity

Aspek integrity memprioritaskan keamanan data atau informasi agar tidak bisa diakses selain tanpa seizin pemilik.

3) Authentication

Aspek yang menekankan mengenai orosinalitas suatu data atau informasi, termasuk didalamnya pihak yang memberi data atau mengaksesnya tersebut merupakan pihak yang memiliki ijin akses atau pemilik sah.

#### 4) Availability

Aspek yang berkaitan dengan ketersediaan informasi ketika dibutuhkan.

#### c. Indikator

Menurut Mahardika dan Basuki (2011) ada enam indikator keamanan, yaitu :

- 1) Saya percaya pada sistem keamanan yang diterapkan dalam internet banking pada BSI Mobile
- 2) Salah satu alasan menggunakan internet banking pada BSI Mobile karena percaya bahwa data saya sebagai nasabah terjamin aman
- 3) Setiap transaksi yang dilakukan dalam internet banking terjamin
- 4) Resiko keamanan dari penggunaan internet banking pada BSI Mobile tergolong rendah
- 5) BSI Mobile memberikan jaminan kerahasiaan atas data yang dimiliki nasabah
- 6) BSI Mobile menjamin adanya keamanan dan kerahasiaan data

#### B. Landasan Teologis

Berdasarkan hal yang telah diketahui sejak awal, perbankan syariah didefinisikan sebagai bank yang kegiatan seluruh transaksinya bebas dari bunga atau riba. Al-Qur'an dan Hadits merupakan dua sumber penting yang harus digunakan untuk memberikan landasan hukum bagi kegiatan perbankan syariah yang sesuai dengan syariat Islam. Berikut ini dalil-dalil yang digunakan sebagai landasan kegiatan dalam perbankan syariah.

##### 1. Al-Qur'an

###### a. Persepsi Kemudahan

Q.S Al Baqarah ayat 185

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ ۖ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ  
عَلَىٰ مَا هَدَيْتُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya:

*“Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”*

Ayat diatas menjelaskan bahwa allah telah menunjukan rahmatnya dengan memberikan kemudahan bagi semua umat muslim, bukan untuk menyulitkan mereka. Hal ini juga sejalan dengan kemudahan yang diberikan oleh layanan BSI Mobile kepada masyarakat dalam penggunaannya.

b. Persepsi Kegunaan

Q.S Ali Imran ayat 191

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ  
السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هٰذَا بَطِلًا سُبْحٰنَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya:

*“(yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia, Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka.”*

Bunyi ayat diatas menjelaskan bahwa sebuah teknologi yang diciptakan harus memberikan kegunaan atau bermanfaat bagi manusia. Allah tidak ingin sesuatu yang sudah diciptakan akan berakhir dengan sia-sia. Maka dari itu, teknologi BSI Mobile diharapkan dapat berguna bagi yang menggunakannya karena sudah sesuai dengan apa yang mereka inginkan, selain itu aplikasi ini juga mudah dalam penggunaannya.

## c. Ketersediaan Fitur

Q.S Al Baqarah ayat 267

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخِيذِهِ إِلَّا أَنْ  
تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.”

Dari ayat tersebut, menjelaskan bahwa kita dianjurkan untuk menginfakkan sebagian harta kita yang baik dari cara halal. Sebagaimana dalam aplikasi BSI Mobile juga terdapat fitur untuk infak, setelah kita selesai melakukan transaksi maka aplikasi akan otomatis berpindah ke menu infak yang sudah tersedia. Sehingga dengan adanya fitur ini menjadi pengingat bagi kita untuk selalu menginfakkan sebagian dari harta kita.

## d. Literasi Keuangan

Q.S Al Isra ayat 26

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya:

“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa kita sebagai umat manusia tidak boleh menghambur-hamburkan uang secara boros. Ketika kita memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan maka kita jadi bisa mengelola keuangan kita dengan baik. Seseorang yang memiliki

pengetahuan literasi keuangan dengan baik biasanya mereka akan membuat catatan keuangan untuk diri sendiri supaya tidak boros.

e. Keamanan

Q.S An Nisa ayat 161

وَأَخَذَهُمُ الرَّبُّوَا وَقَدْ نُهُوَا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا  
لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya:

*“Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih.”*

Berdasarkan ayat tersebut, kita sebagai umat manusia telah dilarang untuk memakan harta orang lain. Dalam islam, Allah melarang perilaku memakan harta orang lain yang mencakup penipuan, mencuri data ataupun eksploitasi keuangan yang akan merugikan orang lain. Keamanan yang baik dalam sebuah aplikasi akan meminimalisir tingkat pencurian ataupun penipuan melalui jejaring sosial.

2. Hadist

Diriwayatkan oleh Abu Hurairah R.A bahwa Rasulullah bersabda:

*“Akan datang kepada manusia suatu masa, di mana orang tidak lagi peduli tentang apa dan bagaimana sesuatu yang diperolehnya, apakah dari yang halal ataukah dari yang haram”* (HR. Bukhari).

Hadist ini menjelaskan mengenai perbuatan manusia dimasa yang akan datang, mereka tidak akan peduli lagi pada sesuatu yang diperolehnya apakah itu haram atau halal. Hal ini juga dibuktikan dengan adanya kasus pencurian atau hack yang terjadi pada sistem BSI Mobile beberapa waktu lalu.

## C. Kajian Pustaka

### 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti dalam penulisan Proposal skripsi ini mengambil referensi baik dari jurnal, skripsi, buku dan lain sebagainya. Kajian pustaka ini dimaksudkan untuk menemukan teoriteori yang relevan dengan masalah yang akan diteliti dan akan menjadi dasar pemikiran dalam penyesunan proposal skripsi. Sebelum membahas lebih lanjut tentang Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur dan Keamanan terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile, peneliti melakukan beberapa penelusuran pada penelitian terdahulu yang berkaitan atau sejenis dengan variabel tersebut dan berikut analisisnya:

**Tabel 2.1**  
**Kajian Pustaka**

No	Judul dan Nama Peneliti	Hasil dari Penelitian	Perbedaan
1.	“Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, dan Literasi Keuangan terhadap Preferensi Konsumen menggunakan BSI Mobile”  (Irvan Yusuf Nugroho, M. Pudjihardjo, 2022 Universitas Brawijaya)	Variabel persepsi kemudahan, ketersediaan fitur dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile.  Variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile.	Dari penelitian ini ada perbedaan dari segi variabel. Penelitian dari Irvan Yusuf Nugroho tidak ada variabel keamanan, sedangkan dalam penelitian ini di tambahkan variabel keamanan.

2.	<p>“Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Kemudahan terhadap Minat Nasabah Bertransaksi menggunakan Mobile Banking (Studi pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh”</p> <p>(Mukhtisar, Ismail Rasyid Ridla T., Evriyenni, 2021 UIN Ar-Raniry Banda Aceh)</p>	<p>Efisiensi dan kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking.</p> <p>Keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan mobile banking.</p>	<p>Penelitian ini variabel independent yang digunakan adalah preferensi konsumen dalam menggunakan mobile banking, sedangkan pada penelitian sebelumnya variabelnya minat nasabah dalam bertransaksi.</p> <p>Untuk variabel dependen dalam penelitian ini yaitu preferensi kegunaan, sedangkan dalam penelitian sebelumnya variabel dependennya efisiensi.</p> <p>Subjek dalam penelitian ini masyarakat yang menggunakan mobile banking, sedangkan dalam penelitian ini nasabah bank syariah mandiri.</p>
3.	<p>Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah</p>	<p>Secara simultan keamanan, kemudahan dan</p>	<p>Variabel dependent dalam penelitian ini menggunakan variabel</p>

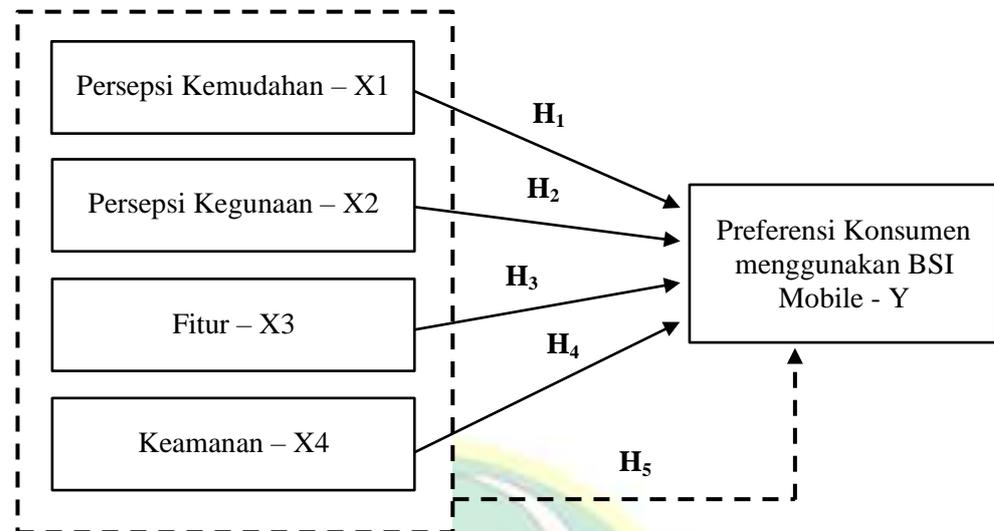
	<p>Bank Syariah Indonesia terhadap Minat Bertransaksi menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru)”</p> <p>(Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, Yono, 2023 Universitas Ibn Kaldun Bogor)</p>	<p>kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan layanan M-banking BSI Cabang Jalan Baru.</p>	<p>fitur, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan kepercayaan nasabah. Subjek dalam penelitian ini masyarakat pengguna mobile banking sedangkan dalam penelitian sebelumnya nasabah BSI.</p>
4.	<p>“Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan, Keamanan dan Fitur <i>M-Banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep)”</p> <p>(Putri Amalia, Anna zakiyah Hastriana, 2022, Institut Ilmu Keislaman Annuqayah Sumenep)</p>	<p>Variabel kemanfaatan, kemudahan, keamanan dan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah.</p>	<p>Dalam penelitian ini untuk variabel independent yang digunakan adalah preferensi konsumen dalam menggunakan BSI Mobile, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan variabel kepuasan nasabah dalam bertransaksi. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu persepsi kegunaan, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan variabel</p>

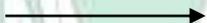
			kemanfaatan M-Banking.
5.	<p>“Efektivitas Penggunaan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat”</p> <p>(Siti Zakiah, 2023, Universitas Teuku Umar Kota Meulaboh)</p>	<p>Ketersediaan layanan mobile banking sangat berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam memilih dan menggunakan layanan keuangan syariah.</p>	<p>Pada penelitian ini variabel independent yang digunakan yaitu preferensi konsumen, sedangkan dalam penelitian sebelumnya kepuasan nasabah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah fitur dan keamanan, sedangkan dalam penelitian sebelumnya menggunakan variabel efektivitas penggunaan mobile banking.</p>

#### D. Kerangka Berfikir

Penulis akan menggunakan kerangka pemikiran berikut ini, untuk menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini agar lebih mudah dipahami oleh pembaca:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Keterangan :  : berpengaruh secara parsial  
 : berpengaruh secara simultan

### E. Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif sangat diperlukan adanya hipotesis, hipotesis adalah suatu dugaan atau juga jawaban sementara yang dirasa benar namun juga bisa salah. Karena hipotesis ini bersifat dugaan, untuk itu hipotesis ini bisa jadi diterima atau juga ditolak (Wibowo, 2021). Dari kerangka berfikir tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Pengaruh persepsi kemudahan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile

Davis (1989) mendefinisikan persepsi kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Persepsi kemudahan mengacu pada sejauh mana individu menganggap teknologi atau sistem sebagai mudah digunakan. Jika aplikasi mudah digunakan maka mereka cenderung akan memilih dan mengadopsi aplikasi tersebut.

Dari penelitian Chitra Laksmi Rithmaya (2016) persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking* dan penelitian yang dilakukan oleh Irvan Yusuf Nugroho (2022) yaitu persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile.

**H<sub>1</sub> : Ada pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

- 2) Pengaruh persepsi kegunaan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile

Menurut Jogiyanto (2007) persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seorang yakin bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Persepsi kegunaan berdasar pada kepercayaan seseorang bahwa penggunaan teknologi akan bermanfaat dan memberikan keuntungan baginya. Semakin besar kegunaan yang dirasakan maka kemungkinan seseorang untuk menggunakannya semakin tinggi.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami dan Herawati (2020) kemudahan penggunaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan transaksi *non cash*. Serta penelitian dari Chitra Laksmi Rithmaya (2016) kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*.

**H<sub>2</sub> : Ada pengaruh positif persepsi kegunaan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

- 3) Pengaruh ketersediaan fitur terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile

Menurut Ainscough dan Luckett dalam Pranidana (2011) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah dalam kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *internet banking*. Pengguna cenderung lebih suka menggunakan layanan yang menyediakan fitur-fitur yang mereka butuhkan atau inginkan.

Mereka tidak melihat banyak atau tidaknya fitur yang ada di dalam sebuah aplikasi, tetapi mereka melihat manfaat yang ada dalam fitur tersebut sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ahmad dan Bambang (2016) ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Armia Rizky Damayanti (2021) bahwa fitur berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan perilaku pemakaian *m-banking* secara parsial.

**H<sub>3</sub> : Ada pengaruh positif ketersediaan fitur terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

- 4) Pengaruh literasi keuangan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

Menurut OJK (2019) literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Awalina (2019) secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan *e-money*. Serta penelitian dari Andreou dan Anyfantaki (2020) tingkat literasi keuangan berpengaruh positif terhadap tingkat pengetahuan keuangan dengan frekuensi penggunaan *internet banking*.

**H<sub>4</sub> : Ada pengaruh positif literasi keuangan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

- 5) Pengaruh keamanan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan menjadi salah satu faktor penting dalam penggunaan layanan

keuangan online untuk menghindari atau mengurangi risiko dan ancaman yang dapat membahayakan individu, organisasi, atau kelompok. Konsumen harus merasa bahwa BSI Mobile aman untuk digunakan agar mereka memilih untuk menggunakan.

Hasil penelitian dari Sukmawati (2020) bahwa keamanan *m-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kediri secara parsial. Dalam penelitian yang dilakukan Putri Amalia dan Anna zakiyah (2022) variabel keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Serta penelitian yang dilakukan oleh Hesti Handinisari (2023) keamanan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan Mobile Banking.

**H<sub>4</sub> : Ada pengaruh positif keamanan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

- 6) Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile

Persepsi seseorang tentang seberapa mudah mereka menemukan sistem teknologi untuk dipahami dan dioperasikan dikenal sebagai persepsi kemudahan penggunaan (Rithmaya, 2017). Kegunaan sebagai landasan keyakinan seseorang bahwa menggunakan teknologi tertentu akan dapat meningkatkan kinerjanya (Adamson dan Shine, 2012). Jika aplikasi mudah digunakan maka masyarakat cenderung akan memilih dan menggunakan aplikasi tersebut. Fitur dalam aplikasi juga dapat berfungsi sebagai jaminan pemasaran untuk menarik pengguna (Setyadarma, 2018).

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami semua aspek keuangan, termasuk utang, asuransi, investasi, dan instrumen keuangan lainnya. Sementara itu, keamanan merupakan komponen penting dalam layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan diri pengguna. Semakin besar tingkat keamanan yang

ditawarkan oleh bisnis kepada konsumen/pelanggan yang menggunakan mobile banking, maka semakin besar pula kemungkinan pelanggan tertarik untuk menggunakan layanan tersebut untuk menjalankan bisnis (Lee, 2009)

Preferensi konsumen pendekatan dalam pemikiran yang berfokus pada keinginan atau perilaku konsumen terhadap suatu hal yang mereka suka. Memahami faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi preferensi konsumen supaya bisa menjadi lebih baik lagi dalam merespon kebutuhan dan harapan konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Irvan Yusuf Nugroho (2022) yaitu persepsi kemudahan, ketersediaan fitur dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile. Dan penelitian yang dilakukan Putri Amalia dan Anna zakiyah (2022) variabel kemudahan, keamanan, dan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Serta penelitian dari Chitra Laksmi Rithmaya (2016) kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*.

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka dapat dirumuskan juga hipotesis yang akan di uji dalam penelitian ini, yaitu:

**H<sub>5</sub> : Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan secara simultan berpengaruh terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Sebuah metodologi penelitian berbasis positivis, penelitian kuantitatif melibatkan pengumpulan data dengan menggunakan peralatan penelitian, menganalisis data secara statistik, dan mengevaluasi hipotesis yang ditetapkan. Penelitian ini digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu (Sugiyono, 2017).

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

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Untuk waktu penelitian dilaksanakan pada bulan September - selesai.

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

##### **1. Populasi**

Populasi mengacu pada kategori hal atau subjek yang digunakan peneliti untuk memeriksa dan kemudian menarik kesimpulan karena mereka memiliki atribut dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2011). Pengambilan sampel dilakukan ketika ada populasi penelitian yang besar dan diragukan bahwa semua partisipan akan diteliti, misalnya karena kurangnya sumber daya seperti uang, waktu, atau tenaga. Hasilnya, kesimpulan yang diambil dari sampel dapat diterapkan ke seluruh populasi (Sugiyono, 2021). Masyarakat yang pernah atau sedang menggunakan aplikasi BSI Mobile yang berdomisili di Kabupaten Banyumas menjadi populasi dalam penelitian ini.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah komponen dari ukuran dan susunan populasi karena sampel adalah representasi dari populasi, maka sampel harus dapat menjelaskan semua fitur populasi (Roflin, 2021). Sampel dalam

penelitian ini diambil menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Menurut Sugiyono (2021), *sampling purposive* adalah metode pengambilan sampel yang membutuhkan pertimbangan. Ada berbagai kriteria atau pertimbangan dalam prosedur pengambilan sampel penelitian, antara lain sebagai berikut:

1. Masyarakat yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kabupaten Banyumas
2. Sedang atau pernah menggunakan aplikasi BSI Mobile
3. Rentang usia 20-55 tahun.

Dalam penelitian ini karena populasi tidak dapat ditentukan secara pasti jumlahnya, rumus untuk menghitung sampel pada populasi yang tidak diketahui menurut Wibisono dalam Ridwan dan Akdon (2013) adalah sebagai berikut:

$$n = \left[ \frac{(Z_{\alpha/2}\sigma)}{e} \right]^2$$

Keterangan:

$n$  : Jumlah Sampel

$Z_{\alpha}$  : Nilai yang didapat dari tabel normalitas

$\sigma$  : Standar deviasi populasi

$e$  : Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95% maka nilai  $Z_{0.05}$  adalah 1,96 dan standar deviasi = 0,25. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5% atau 0,05. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu :

$$n = \left[ \frac{(1,96/0,25)}{0,05} \right]^2 = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus diatas, besarnya nilai sampel yang digunakan adalah sebesar 96,04 orang, yang dibulatkan menjadi 100 orang responden.

## D. Variabel dan Indikator penelitian

### a. Variabel Penelitian

#### 1) Variabel Independent

Variabel dependen (variabel terikat) dapat berubah atau timbul sebagai akibat dari variabel independen (variabel bebas), yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab perubahan tersebut. Baik yang pengaruhnya positif namun yang pengaruhnya negatif (Sugiyono, 2010). Variabel independen dalam penelitian ini yaitu persepsi kemudahan (X1), persepsi kegunaan (X2), fitur (X3) dan keamanan (X4).

#### 2) Variabel Dependent

Variabel dependen (dependen variable) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu preferensi konsumen (Y).

### b. Indikator

**Tabel 3.1**  
**Variabel dan Indikator**

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Penelitian
1.	Persepsi Kemudahan (X <sub>1</sub> )	Persepsi kemudahan ( <i>perceived ease of use</i> ) di definisikan sebagai persepsi seseorang tentang seberapa mudah mereka menemukan sistem teknologi untuk dipahami dan dioperasikan (Rithmaya, 2017).	1. Mudah dipahami 2. Terkendali 3. Jelas dan dapat dimengerti 4. Fleksibel 5. Mudah digunakan (Davis, 2003)

2.	Persepsi Kegunaan (X <sub>2</sub> )	Persepsi kegunaan adalah salah satu aspek dari model penerimaan teknologi yang telah diuji dalam berbagai penelitian (Davis 2000).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempercepat pekerjaan</li> <li>2. Mengembangkan prestasi kinerja</li> <li>3. Efektivitas</li> <li>4. Produktivitas</li> <li>5. Pekerjaan lebih mudah</li> </ol> <p>(Davis, 2000)</p>
3.	Ketersediaan Fitur (X <sub>3</sub> )	Strategi terbaik untuk bersaing adalah meluncurkan fitur baru yang berguna terlebih dahulu dan menjadi produsen pertama yang menyediakannya (Kotler dan Amstrong, 2008).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemudahan akses informasi</li> <li>2. Keberagaman layanan</li> <li>3. Keberagaman fitur</li> <li>4. Inovasi produk</li> <li>5. Kepercayaan</li> </ol> <p>(Ahmad, 2014)</p> <p>(Adamson dan Shine, 2012)</p>
4.	Literasi Keuangan (X <sub>4</sub> )	OJK (2019) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kepemilikan pengetahuan, kemampuan, dan sikap yang membentuk sikap dan perilaku serta meningkatkan kualitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesadaran</li> <li>2. Pengetahuan</li> <li>3. Kemampuan</li> <li>4. Sikap</li> <li>5. Perilaku</li> </ol> <p>(OECD, 2012)</p>

		pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan.	
5.	Keamanan (X <sub>4</sub> )	Dalam perbankan online, keamanan mencakup kemampuan untuk melindungi data pengguna terhadap pencurian dan penipuan (Ahmad dan Pambudi 2014).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Risiko</li> <li>2. Kepercayaan konsumen (Maharsi, 2006)</li> <li>3. Kemampuan (Ahmad, 2014)</li> <li>4. Tantangan</li> <li>5. Kualitas (Susanto, 2013)</li> </ol>
6.	Preferensi Konsumen (Y)	Preferensi konsumen adalah pilihan atau preferensi seseorang untuk menyampaikan suka atau tidak suka terhadap suatu barang atau jasa. Dengan arti yang sama, yaitu ketertarikan terhadap sesuatu, kata preferensi juga dapat digunakan untuk menggantikan kata kesukaan (Simamora, 2013).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelengkapan</li> <li>2. Transivitas</li> <li>3. Daya tarik (Nicholson, 2014)</li> <li>4. Rekomendasi oranglain</li> <li>5. Kemantapan pada produk (Kotler, 2012)</li> </ol>

## E. Teknik Pengumpulan Data

### a. Observasi

Observasi adalah studi yang sengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam dengan jalan pengamatan dan pencatatan (Kartono, 1966). Metode pengumpulan data yang melibatkan pembuatan catatan secara teratur tentang apa yang diamati, baik secara langsung maupun tidak langsung sering disebut sebagai observasi (Sutrisno Hadi, 2004). Peneliti melakukan observasi dengan mengamati secara langsung aktivitas responde untuk mendapatkan data dari masyarakat di wilayah Kabupaten Banyumas.

### b. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan tertulis kepada responden dan meminta mereka untuk merespons ( Sugiyono, 2009). Dalam hal ini penulis membuat pertanyaan-pertanyaan tertulis kemudian dijawab oleh responden/sampling. Selain itu, kuisisioner ini berbentuk kuisisioner tertutup, di mana responden hanya perlu memilih jawaban yang diinginkan dari daftar jawaban yang telah disediakan atau pertanyaan yang menggunakan format pilihan ganda.

Dalam penelitian ini penulis akan mengajukan beberapa pertanyaan dengan kuisisioner yang akan dibagikan kepada responden yaitu masyarakat di Kabupaten Banyumas. Setelah emapatkan data dari kuisisioner peneliti akan melakukan skla pengukuran menggunakan *skala likert*. Menurut Sugiyono (2019), *Skala likert* digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, dan pendapat seseorang mengenai suatu fenomena. Dalam mengukur Preferensi Konsumen menggunakan BSI Mobile dalam, peneliti menggunakan *skala likert* sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Skor Skala Likert**

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi terdiri dari laporan tertulis tentang suatu peristiwa dengan konten yang mencakup pembenaran dan refleksi atas kejadian tersebut dan dipersiapkan secara sadar untuk melestarikan atau mentransmisikan informasi tentang peristiwa tersebut (Winarno Surakhmad, 1998).

**F. Sumber Data**

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang dikumpulkan melalui komunikasi langsung antara sumber data dengan pengumpul data (Wibisono, 2003). Penyebaran dan pengisian kuesioner ini dilakukan oleh penduduk Kabupaten Banyumas, baik secara langsung maupun melalui *Google Form* dan menjadi data primer dalam penelitian ini.

b. Data Sekunder

Data sekunder menurut Isjianto (2009) adalah informasi yang telah dikumpulkan untuk tujuan yang berbeda oleh orang lain selain peneliti sendiri. Masyarakat di Kabupaten Banyumas, serta buku, jurnal, tesis, dan artikel online menjadi sumber data sekunder dalam penelitian ini.

**G. Uji Instrumen**

1) Uji Validitas

Validitas adalah hasil validasi dan proses yang peneliti lakukan adalah mengumpulkan data secara empiris untuk mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh instrumen evaluasi. Fungsi dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah dengan alat ukur yang disediakan oleh peneliti sudah benar dan mampu melakukan pengukuran, dan tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengukur efektif tidaknya kuesioner (Ghozali, 2013).

Pengujian validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , nilai  $r_{hitung}$  akan menjadi tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya setiap pertanyaan/pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Metode untuk mengukur validitas kuesioner adalah skor total berdasarkan rumus korelasi productmoment Pearson dengan menggunakan software SPSS. Syarat dalam menetapkan validasi kuesioner adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut valid
- b. Jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid

## 2) Uji Realibitas

Reliabilitas menurut Notoatmodjo (2005) dalam Widi R (2011) adalah suatu indikator seberapa jauh suatu alat pengukur dapat diandalkan atau dipercaya. Oleh karena itu, konsistensi alat ukur dapat dinilai dengan menggunakan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah konsistensi alat ukur tetap bertahan setelah pengukuran berulang.

Uji ini akan menunjukkan apakah data yang dihasilkan dapat dipercaya dan tahan lama. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai cronbach alpha dengan tingkat signifikan yang disyaratkan dalam penelitian, yaitu berkisar antara 0,5 hingga 0,7 (Ghozali, 2013). Jika pertanyaan valid maka harus memenuhi reliabilitasnya dengan cara sebagai berikut:

- a. Jika  $r_{alpha}$  positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  hasil pertanyaan tersebut kredibel

- b. Jika  $r$  alpha negatif dan lebih kecil dari  $r_{\text{tabel}}$  hasil pertanyaan tersebut tidak kredibel

## H. Teknik Analisis Data

### a. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Ghozali (2006) dalam Karjono & Wijaya (2017) adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Ketika memeriksa grafik histogram, seseorang dapat menentukan normalitas residual dari sekumpulan data dengan membandingkannya dengan distribusi yang mirip dengan distribusi normal dan data yang diamati. Model regresi dapat dikatakan baik apabila garis diagonal beraturan dan signifikasinya  $> 0,05$  (Ghozali, 2013).

#### 2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat apakah model regresi menemukan adanya hubungan antar variabel independen, karena model regresi yang baik seharusnya tidak ada hubungan antar variabel independen (Ghazali, 2019).

Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki hubungan antar variabel bebas. Uji multikolonieritas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factors*) dan TOL (*Tolerance*). Adapun ketentuannya yaitu sebagai berikut:

- a) Jika nilai  $VIF \geq 10$  dan nilai  $Tolerance \leq 0,10$ , maka antar variabel bebas terjadi multikolonieritas.
- b) Jika nilai  $VIF < 10$  dan nilai  $Tolerance > 0,10$ , maka antar variabel bebas tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2013).

#### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu

pengamatan ke pengamatan lain. Heteroskedastisitas muncul dengan sendirinya ketika titik-titik mengambil bentuk tertentu yang teratur (bergelombang). Ketentuan pengambilan keputusan uji Glejser yang dilakukan yaitu meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya, dengan kesimpulan sebagai berikut:

- a) Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel indeipenden  $\leq 0,05$ , maka terjadi heiteroskedastisitas.
- b) Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen  $\geq 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi (Ghozali, 2013).

#### 4) Uji Regresi Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji dampak dari dua atau lebih faktor independen terhadap satu variabel dependen (Janie, 2012). Uji ini berusaha menentukan apakah variabel dependen dan prediktor yang terkait memiliki hubungan linier atau garis lurus. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

Persamaan Rumus yang digunakan, yaitu:

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \varepsilon$$

Keterangan:

- |                |  |
|----------------|--|
| y              | = Variabel terikat                     |
| a              | = Konstanta                            |
| b <sub>1</sub> | = Koefisien regresi persepsi kemudahan |
| b <sub>2</sub> | = Koefisien regresi persepsi kegunaan  |
| b <sub>3</sub> | = Koefisien regresi fitur              |
| b <sub>4</sub> | = Koefisien regresi keamanan           |
| ε              | = Error Term                           |
| X <sub>1</sub> | = Persepsi Kemudahan                   |
| X <sub>2</sub> | = Persepsi Kegunaan                    |

- $X_3$  = Fitur  
 $X_4$  = Keamanan

## b. Uji Hipotesis

### 1. Uji Koefisien Determinan (*Adjusted R Square*)

Koefisien determinasi (R-Square) dipergunakan untuk mengukur kemampuan suatu variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Rentang nilai R-Square adalah  $0 \leq R^2 \leq 1$ . Nilai R-squared yang rendah mengindikasikan kemampuan faktor-faktor independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen disediakan oleh variabel independen ketika nilai R-Square mendekati 1 (Ghozali, 2013).

### 2. Uji Regresi Secara Simultan (Uji F)

Uji model F digunakan untuk membandingkan sementara tingkat signifikansi dalam penelitian ini, karena signifikansi dalam uji model F apabila sebagai berikut (Ghozali, 2013):

- Jika nilai  $\text{sig} > 0,05$  berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel independen maka penelitian ini ditolak.
- Jika nilai  $\text{sig} \leq 0,05$  berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara hubungan variabel independen terhadap variabel dependen yang signifikan maka penelitian ini diterima.

Cara menghitung besarnya F hitung digunakan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{R^2/(K-1)}{1-R^2/(K-1)}$$

$$1-R^2/(K-1)$$

Ket:

F = nilai F hitung

$R^2$  = Koefisien determinasi

K = Jumlah variabel

N = Jumlah pengamatan (ukuran sampel)

### 3. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan guna mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh parsial terhadap variabel dependen.

Uji t digunakan untuk menentukan besarnya pengaruh variabel independen secara independen dan untuk memperhitungkan berbagai jenis variabel dependen (Ghozali, 2013). Terdapat persamaan pada Uji t untuk mencari pengaruh secara langsung, yaitu:

a. Pengujian Hipotesis Pertama

Rumusan Hipotesis

$H_{01} : \beta_1 \leq 0$  : Persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

$H_{a1} : \beta_1 > 0$  : Persepsi kemudahan secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

b. Pengujian Hipotesis Kedua

Rumusan Hipotesis

$H_{02} : \beta_2 \leq 0$  : Persepsi kegunaan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

$H_{a2} : \beta_2 > 0$  : Persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

c. Pengujian Hipotesis Ketiga

Rumusan Hipotesis

$H_{03} : \beta_3 \leq 0$  : Fitur secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

$H_{a3} : \beta_3 > 0$  : Fitur secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

d. Pengujian Hipotesis Keempat

1. Rumusan Hipotesis

$H_{05} : \beta_5 \leq 0$  : Keamanan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

$H_{a5} : \beta_5 > 0$  : Keamanan secara parsial berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

## 2. Dasar Pengambilan Keputusan

Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan Nilai Sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan Nilai Sig  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima

## e. Pengujian Hipotesis Kelima

### 1. Rumusan Hipotesis

$H_{o6} : \beta_6 \leq 0$  : Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan secara simultan tidak berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

$H_{a6} : \beta_6 > 0$  : Persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan secara simultan berpengaruh positif terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile

### 2. Dasar Pengambilan Keputusan

Apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  dan Nilai Sig  $< 0,05$  maka  $H_0$  tidak diterima dan  $H_a$  diterima

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan Nilai Sig  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  tidak diterima

untuk menentukan nilai t tabel digunakan persamaan:

$$t \text{ tabel} = t(2:n-k-1)$$

ket:

$\alpha$  = nilai probabilitas (0,05)

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel yang mempengaruhi

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

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

##### **1. Sejarah Kabupaten Banyumas**

Banyumas merupakan kabupaten yang secara administratif termasuk wilayah Propinsi Jawa Tengah. Kabupaten Banyumas kaya akan objek wisata sejarah, budaya, dan alam. Baturaden menjadi objek wisata alam yang terkenal. Objek wisata sejarah di Banyumas bisa dilihat dari bangunan peninggalan sejarah sebagai kawasan kota lama. Wilayah Banyumas dahulu merupakan daerah mancanegara kilen dari Kerajaan Mataram, Kartasura hingga Kasunanan Surakarta.

Kabupaten Banyumas berdiri pada tahun 1582, tepatnya pada hari Jum'at Kliwon tanggal 6 April 1582 Masehi, atau bertepatan tanggal 12 Robiul Awwal 990 Hijriyah. Kemudian ditetapkan dengan Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Daerah Tingkat II Banyumas Nomor 2 tahun 1990. Keberadaan sejarah Kabupaten Banyumas tidak terlepas dari pendirinya yaitu Raden Joko Kahiman yang kemudian menjadi Bupati yang pertama dikenal dengan julukan atau gelar ADIPATI MARAPAT.

Kabupaten Banyumas adalah sebuah kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Ibukotanya adalah Purwokerto sebagai kota terbesar ke-3 di Jawa Tengah setelah Semarang dan Surakarta. Kota Purwokerto ini berada di jalur transportasi yang sangat strategis karena selain dilalui jalur selatan Jawa Tengah yang menghubungkan Yogyakarta-Bandung, juga dilalui jalan penghubung antara jalur selatan dengan jalur pantura Jateng serta jalur tengah Jateng antara Secang-Banyumas. Selain itu, Purwokerto juga berada di perlintasan jalur kereta api antara Yogyakarta-Jakarta dan termasuk dalam wilayah kerja PT Kereta Api Indonesia Daerah Operasi 5 Purwokerto.

Secara geografis, wilayah Kabupaten Banyumas terletak diantara  $108^{\circ} 39' 17''$ - $109^{\circ} 27' 15''$  BT dan  $7^{\circ} 15' 05''$ - $7^{\circ} 37' 10''$  LS. Kabupaten Banyumas memiliki luas 1.327,59 kilometer persegi atau sekitar 4,04%

dari luas provinsi secara keseluruhan. Wilayah Kabupaten Banyumas lebih dari 45% merupakan daerah dataran yang tersebar dibagian tengah dan selatan serta membujur dari barat ke timur. Ketinggian wilayah di Kabupaten Banyumas sebagian besar berada pada kisaran 25-100 M dpl yaitu seluas 42.310,3 Ha dan 100500 M dpl yaitu seluas 40.385,3 Ha (banyumaskab.bps.go.id, 2023).

Terdapat 331 desa/kelurahan dan 27 kecamatan yang membentuk kabupaten banyumas. jumlah penduduk sebanyak 1.806.013 jiwa yang menjadikan Kabupaten Banyumas menjadi kota yang sangat padat. Terlebih lagi Kabupaten Banyumas merupakan kota pelajar, dimana banyak Universitas yang berdiri disana. Dari banyaknya jumlah penduduk dan wisata yang berkembang pesat dan mengalami kemajuan serta masyarakatnya yang berpola hidup berteknologi.

## **2. Visi dan Misi Kabupaten Banyumas**

### **a. Visi**

“Menjadikan Banyumas Yang Maju, Adil-Makmur, dan Mandiri”

### **b. Misi**

- 1) Mewujudkan Banyumas sebagai barometer pelayanan publik dengan membangun sistem integritas birokrasi yang profesional, bersih, partisipatif, inovatif dan bermartabat
- 2) Meningkatkan kualitas hidup warga melalui pemenuhan kebutuhan dan layanan dasar pendidikan dan kesehatan
- 3) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan daya saing daerah berkualitas, berkeadilan dan berkelanjutan
- 4) Mewujudkan Banyumas sebagai Kabupaten Pelopor Kedaulatan pangan
- 5) Menciptakan iklim investasi yang berorientasi perluasan kesempatan kerja yang berbasis potensi lokal dan ramah lingkungan

- 6) Meningkatkan kualitas dan kuantitas infrastruktur dasar yang merata dan memadai sebagai daya ungkit pembangunan
- 7) Mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan industri kerakyatan, Pariwisata dan industri kreatif berbasis sumber daya lokal
- 8) Mewujudkan tatanan masyarakat yang berbudaya serta berkepribadian dengan menjunjung tinggi nilai nasionalisme dan religius

## B. Hasil Kuisisioner

Data pada penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuisisioner berupa Google Form yang disebar melalui beberapa platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram dan Facebook. Adapun hasil dari penyebaran kuisisioner, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Hasil Penyebaran Kuisisioner**

<b>Keterangan</b>	<b>Total</b>
Jumlah Kuisisioner Masuk	109
Domisili tidak sesuai	6
Usia tidak sesuai	3
Jumlah Kuisisioner Terpakai	100

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan hasil kuisisioner yang dibagikan pada tanggal 28 September–5 Oktober 2023 melalui media sosial, terdapat 109 orang responden yang mengisi kuisisioner. Dari jumlah tersebut ada 9 orang responden yang tidak sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, karena 6 orang responden berdomisili di Kabupaten Banjarnegara dan 3 orang responden usianya tidak sesuai. Jadi hanya 100 orang responden yang sesuai dengan kriteria yang ada dan mendapatkan gambaran terkait dengan karakteristik responden yang diteliti berupa jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan domisili.

### C. Karakteristik Responden

#### 1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	39	39.0	39.0	39.0
	Perempuan	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel diatas maka dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 39 responden dengan presentase 39%, sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 61 responden dengan presentase 61%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan.

#### 2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.3**

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	68	68.0	68.0	68.0
	31-40 tahun	17	17.0	17.0	85.0
	41-50 tahun	14	14.0	14.0	99.0
	> 50 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel diatas dapat diketahui karakteristik responden berdasarkan umur. Responden yang berumur 20-30 tahun sebanyak 68 responden dengan presentase 68%, 17 responden dengan presentase 17% berumur 31-40 tahun, 14 responden dengan presentase 14% berumur 41-50 tahun, dan 1 responden dengan presentase 1% berumur lebih dari 50 tahun. Berdasarkan hasil tersebut maka mayoritas responden penelitian ini berumur 20-30 tahun.

### 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	34	34.0	34.0	34.0
	Karyawan	19	19.0	19.0	53.0
	Wirausaha	7	7.0	7.0	60.0
	IRT	18	18.0	18.0	78.0
	Lainnya	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel diatas karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi lima golongan, golongan yang pertama yaitu responden yang masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 34 responden dengan presentase 34%, 19 responden dengan presentase 19% bekerja sebagai karyawan, 7 responden dengan presentase 7% adalah seorang wirausaha, 18 responden dengan presentase 18% adalah seorang ibu rumah tangga, dan 22 responden dengan presentase 22% masuk kategori lainnya atau selain pekerjaan yang telah disebutkan di atas. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden penelitian ini masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa.

#### 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili**

		Domisili			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Purwokerto	43	43.0	43.0	43.0
	Banyumas	21	21.0	21.0	64.0
	Ajibarang	12	12.0	12.0	76.0
	Sokaraja	19	19.0	19.0	95.0
	Cilongok	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel diatas karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan terbagi menjadi lima golongan, golongan yang pertama berdomisili di purwokerto sebanyak 43 responden dengan presentase 43%, 21 responden dengan presentase 21% berdomisili di banyumas, 12 responden dengan presentase 12% berdomisili di ajibarang, 19 responden dengan presentase 19% berdomisili di sokaraja, dan 5 responden dengan presentase 5% berdomisili di cilongok. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden penelitian ini berdomisili di purwokerto.

#### D. Hasil Analisis Data

##### 1. Uji Instrumen Analisis

##### a. Uji Validitas

Tujuan dari dilakukannya uji validitas adalah untuk mengukur apakah semua item butir kuisisioner yang telah dibagikan kepada nasabah valid atau tidak. Untuk mendapatkan kesimpulan terkait valid tidaknya item butir kuisisioner dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung butir kuisisioner dengan  $r$  tabel. Nilai  $r$  tabel dapat diperoleh dengan rumus  $df = n-2$  dengan tingkat

signifikansi  $\alpha = 5\%$  uji dua arah. Nilai  $n$  dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, maka nilai  $df = 100-2 = 98$  maka nilai  $r$  tabelnya adalah 0,1966. Apabila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka item butir kuisioner dinyatakan valid, sedangkan apabila  $r$  hitung  $< r$  tabel maka item butir kuisioner dinyatakan tidak valid.

### 1) Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )

Kuisioner yang memuat variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**

#### Hasil Uji Validitas Data Variabel Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )

No. Item	r hitung	r tabel	Status
X1.1	0,714	0,1966	Valid
X1.2	0,729	0,1966	Valid
X1.3	0,717	0,1966	Valid
X1.4	0,814	0,1966	Valid
X1.5	0,675	0,1966	Valid
X1.6	0,779	0,1966	Valid
X1.7	0,808	0,1966	Valid
X1.8	0,739	0,1966	Valid
X1.9	0,719	0,1966	Valid
X1.10	0,567	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel persepsi kemudahan ( $X_1$ ) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua  $r$  hitung dari masing-masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel yaitu 0,1966.

## 2) Uji Validitas Variabel Persepsi Kegunaan ( $X_2$ )

Kuisisioner yang memuat variabel persepsi kegunaan ( $X_2$ ) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7**

### Hasil Uji Validitas Data Variabel Persepsi Kegunaan ( $X_2$ )

No. Item	$r$ hitung	$r$ tabel	Status
X2.1	0,718	0,1966	Valid
X2.2	0,644	0,1966	Valid
X2.3	0,626	0,1966	Valid
X2.4	0,668	0,1966	Valid
X2.5	0,612	0,1966	Valid
X2.6	0,709	0,1966	Valid
X2.7	0,768	0,1966	Valid
X2.8	0,804	0,1966	Valid
X2.9	0,670	0,1966	Valid
X2.10	0,726	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel persepsi kegunaan ( $X_2$ ) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua  $r$  hitung dari masing masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel yaitu 0,1966.

## 3) Uji Validitas Variabel Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )

Kuisisioner yang memuat variabel fitur ( $X_3$ ) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Data Variabel Ketersediaan Fitur (X<sub>3</sub>)**

No. Item	r hitung	r tabel	Status
X3.1	0,758	0,1966	Valid
X3.2	0,678	0,1966	Valid
X3.3	0,736	0,1966	Valid
X3.4	0,723	0,1966	Valid
X3.5	0,809	0,1966	Valid
X3.6	0,689	0,1966	Valid
X3.7	0,634	0,1966	Valid
X3.8	0,668	0,1966	Valid
X3.9	0,710	0,1966	Valid
X.10	0,736	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel fitur (X<sub>3</sub>) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua r hitung dari masing masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,1966.

#### 4) Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X<sub>4</sub>)

Kuisisioner yang memuat variabel literasi keuangan (X<sub>4</sub>) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan r hitung dengan r tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Data Variabel Literasi Keuangan (X<sub>4</sub>)**

No. Item	r hitung	r tabel	Status
X4.1	0,742	0,1966	Valid
X4.2	0,635	0,1966	Valid
X4.3	0,713	0,1966	Valid
X4.4	0,629	0,1966	Valid
X4.5	0,798	0,1966	Valid
X4.6	0,576	0,1966	Valid
X4.7	0,645	0,1966	Valid
X4.8	0,708	0,1966	Valid
X4.9	0,702	0,1966	Valid
X4.10	0,688	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel literasi keuangan (X<sub>4</sub>) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua r hitung dari masing masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,1966.

#### 5) Uji Validitas Variabel Keamanan (X<sub>5</sub>)

Kuisisioner yang memuat variabel keamanan (X<sub>5</sub>) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan r hitung dengan r tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas Data Variabel Keamanan (X<sub>5</sub>)**

No. Item	R hitung	r tabel	Status
X5.1	0,551	0,1966	Valid
X5.2	0,507	0,1966	Valid
X5.3	0,620	0,1966	Valid
X5.4	0,803	0,1966	Valid
X5.5	0,721	0,1966	Valid
X5.6	0,679	0,1966	Valid
X5.7	0,765	0,1966	Valid
X5.8	0,727	0,1966	Valid
X5.9	0,742	0,1966	Valid
X5.10	0,671	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel keamanan (X<sub>5</sub>) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua r hitung dari masing masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,1966.

#### 6) Uji Validitas Variabel Preferensi Konsumen (Y)

Kuisisioner yang memuat variabel preferensi konsumen (Y) terdiri dari sepuluh butir pertanyaan. *Software* SPSS akan digunakan untuk menguji validitas sepuluh butir pertanyaan tersebut. Hasil perbandingan r hitung dengan r tabel dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas Data Variabel Preferensi Konsumen (Y)**

No. Item	r hitung	r tabel	Status
Y.1	0,552	0,1966	Valid
Y.2	0,613	0,1966	Valid
Y.3	0,720	0,1966	Valid
Y.4	0,752	0,1966	Valid
Y.5	0,830	0,1966	Valid
Y.6	0,788	0,1966	Valid
Y.7	0,774	0,1966	Valid
Y.8	0,751	0,1966	Valid
Y.9	0,723	0,1966	Valid
Y.10	0,752	0,1966	Valid

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji validitas terhadap variabel preferensi konsumen (Y) maka dapat diperoleh hasil bahwa semua butir pertanyaan berstatus valid dikarenakan semua r hitung dari masing masing butir pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,1966.

**b. Uji Reliabilitas**

Walizer (1987) menyatakan *reliability* adalah keajegan dari sebuah pengukuran. Masri Singarimbun juga berpendapat bahwa reliabilitas merupakan sebuah indeks ataupun patokan yang dapat menilai suatu alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya (Titaley, 2021). Penggunaan angka dan skala bertingkat dalam penelitian ini membuat pengujian dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq$  0,6 maka angket dinyatakan reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Reliabilitas (100 Responden)**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Persepsi Kemudahan ( $X_1$ )	0,899	0,6	Reliabel
Persepsi Kegunaan ( $X_2$ )	0,881	0,6	Reliabel
Ketersediaan Fitur ( $X_3$ )	0,893	0,6	Reliabel
Literasi Keuangan ( $X_4$ )	0,872	0,6	Reliabel
Keamanan ( $X_5$ )	0,866	0,6	Reliabel
Preferensi Konsumen (Y)	0,899	0,6	Reliabel

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan uji reliabilitas yang sudah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa masing-masing variabel baik persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur, literasi keuangan, keamanan, dan preferensi konsumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel yang digunakan dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Ghozali (2018) menyatakan uji normalitas digunakan untuk mengetahui dalam model regresi variabel pengganggu berdistribusi normal atau tidak. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (One Sample K-S). Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka penyebaran data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka dianggap tidak mengikuti distribusi normal. Hasil uji normalitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07235239
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.095
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.179
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari tabel pengujian diatas diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0,179. Nilai tersebut lebih besar daripada 0,05. Artinya penyebaran data berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji multikonearitas dalam penelitian ini menggunakan nilai TOL (Tolerance) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,10, maka tidak terdapat gejala multikoleniarit

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.892	2.829		1.023	.309		
Persepsi Kemudahan	.111	.092	.120	1.203	.232	.318	3.149
Persepsi Kegunaan	-.015	.122	-.014	-.120	.905	.218	4.585
Ketersediaan Fitur	.325	.132	.327	2.468	.015	.279	5.585
Literasi Keuangan	.207	.090	.207	2.296	.024	.388	2.579
Keamanan	.299	.105	.287	2.845	.005	.310	3.222

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Hasil pengujian semua variabel memiliki nilai VIF dibawah 10 dan nilai TOL lebih besar dari 0,1. Nilai TOL untuk untuk variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur, literasi keuangan, dan keamanan secara berturut turut adalah 0,318; 0,218; 0,279; 0,388; 0,310 sedangkan nilai VIF secara berturut turut adalah 3,149; 4,585; 5,585; 2,579; 3,222. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikoleniaritas.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode glejser. Jika nilai t hitung  $\leq$  t tabel serta nilai sig  $\geq$  0,05 maka dinyatakan tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.549	1.824		-.301	.764
	Persepsi Kemudahan	-.040	.059	-.116	-.677	.500
	Persepsi Kegunaan	.192	.078	.507	2.446	.116
	Ketersediaan Fitur	.070	.085	.190	.830	.409
	Literasi Keuangan	-.085	.058	-.228	-1.468	.145
	Keamanan	-.094	.068	-.240	-1.384	.170

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Berdasarkan pengujian, diperoleh nilai sig, semua variabel lebih besar dari 0,05. Nilai sig. untuk variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, fitur, literasi keuangan, dan keamanan berturut-turut adalah 0,500; 0,116; 0,409; 0,145; 0,170. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak menunjukkan gejala heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini digunakan apabila variabel independen dalam penelitian lebih dari dua. Dalam penelitian ini, uji regresi linear berganda digunakan untuk melihat Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan, dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile Pada

Masyarakat Banyumas. Hasil pengujian regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.892	2.829		1.023	.309
	Persepsi Kemudahan	.111	.092	.120	2.203	.032
	Persepsi Kegunaan	.015	.122	-.014	2.120	.015
	Ketersediaan Fitur	.325	.132	.327	2.468	.018
	Literasi Keuangan	.207	.090	.207	2.296	.024
	Keamanan	.299	.105	.287	2.845	.005

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Dari hasil pengujian diatas, maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,892 + 0,111 X_1 + 0,015 X_2 + 0,325 X_3 + 0,207 X_4 + 0,299 X_5$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel dependen secara parsial, interpretasi dari persamaan tersebut adalah:

- a. Nilai a sebesar 2,892 adalah konstanta atau keadaan dimana variabel preferensi konsumen (Y) akan sebesar 2,892 satuan jika variabel lain nilainya tetap.
- b.  $b_1$  (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,111, artinya Y (preferensi konsumen) akan meningkat sebesar 0,111 satuan jika  $X_1$  meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap dan  $\alpha=0$ .
- c.  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,015, artinya Y (preferensi konsumen) akan meningkat sebesar 0,015 satuan jika  $X_2$  meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap dan  $\alpha=0$ .

- d.  $b_3$  (nilai koefisien regresi  $X_3$ ) sebesar 0,325, artinya  $Y$  (preferensi konsumen) akan meningkat sebesar 0,325 satuan jika  $X_3$  meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap dan  $\alpha=0$ .
- e.  $b_4$  (nilai koefisien regresi  $X_4$ ) sebesar 0,207, artinya  $Y$  (preferensi konsumen) akan meningkat sebesar 0,207 satuan jika  $X_4$  meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap dan  $\alpha=0$ .
- f.  $B_5$  (nilai koefisien regresi  $X_5$ ) sebesar 0,299, artinya  $Y$  (preferensi konsumen) akan meningkat sebesar 0,299 satuan jika  $X_5$  meningkat 1 satuan dengan asumsi variabel lain tetap dan  $\alpha=0$ .

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel Persepsi Harga, Lokasi, Promosi, dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah. Uji parsial ini menggunakan kriteria pengujian dengan signifikansi sebesar 0,05.

$$T \text{ tabel} = (a = n - k - 1, a = 100 - 5 - 1)$$

$$T \text{ tabel} = 1,985$$

Adapun tabel output uji t dapat dilihat pada **tabel 4.15** dengan interpretasi sebaga berikut:

##### 1) Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,203 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,032 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis pertama ( $H_1$ ) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**.

##### 2) Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,120 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,015 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis kedua (**H<sub>2</sub>**) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**

**3) Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketersediaan fitur memiliki nilai  $t$  hitung  $2,468 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,018 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis ketiga (**H<sub>3</sub>**) menyatakan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**.

**4) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,296 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,024 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis keempat (**H<sub>4</sub>**) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**.

**5) Pengaruh Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa keamanan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,845 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,005 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis kelima (**H<sub>5</sub>**) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**.

**b. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji simultan diuji dengan menggunakan nilai signifikansi sebesar 0,05. Berikut merupakan tabel hasil uji F:

**Tabel 4.17**  
**Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1011.740	5	202.348	44.737	.000 <sup>a</sup>
	Residual	425.170	94	4.523		
	Total	1436.910	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur

b. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Hasil pengujian mendapatkan hasil bahwa nilai F hitung  $44,737 \geq F$  tabel 2,31 dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dengan hal tersebut maka persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile. Dengan hasil tersebut maka hipotesis keenam yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile pada masyarakat banyumas **diterima**.

**c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)**

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan

variasi variabel terikat (dependen). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji determinasi berupa *Adjusted R Square* karena koefisien determinasi yang telah dikoreksi dengan jumlah variabel dan ukuran sampel sehingga dapat mengurangi unsur bias jika terjadi pembahasan variabel maupun penambahan ukuran sampel. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.18**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.704	.688	2.127

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur

Sumber: *Data Primer diolah, 2023*

Nilai *R Square* sebesar 0,704 (70,4%) artinya variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan dapat mempengaruhi preferensi konsumen menggunakan BSI mobile sebesar 70,4%, sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel efisiensi (Mukhtisar, 2021), kepercayaan nasabah (Handinisari, 2023), efektivitas (Zakiah, 2023).

## E. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,203 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,032 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis pertama (**H<sub>1</sub>**) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**. Oleh karena itu, dengan adanya

kemudahan dalam pengoperasiannya membuat konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini didukung dengan hasil jawaban kuisioner pertanyaan terbuka, yaitu masyarakat dapat dengan mudah memahami dan mengerti tentang penggunaan BSI Mobile.

Persepsi kemudahan adalah pandangan seseorang tentang seberapa mudah sistem teknologi untuk dipahami dan dioperasikan, serta tidak memerlukan usaha yang keras dalam mempelajarinya. Dengan kata lain, orang yang menggunakan sistem akan dapat bekerja lebih cepat daripada orang yang tidak menggunakannya atau bekerja secara manual.

Berdasarkan survei dan melihat hasil jawaban dari pertanyaan terbuka, BSI Mobile sangat mudah dipahami dan dimengerti untuk tata cara pengoperasiannya. Dengan kemudahan ini maka seseorang akan merasakan kenyamanan pada saat menggunakannya. Selain itu kemudahan yang ada juga membuat semua orang bisa dan paham dalam menggunakan aplikasi tersebut. Layanan BSI Mobile harus mudah dipahami dan mudah digunakan agar pengguna dapat dengan cepat mempelajari cara bertransaksi menggunakan *m-banking*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irvan Yusuf Nugroho (2022) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi penggunaan BSI Mobile. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_1$  diterima, karena variabel Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

## 2. Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa persepsi kegunaan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,120 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,015 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis kedua ( $H_2$ ) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**. Maka dari itu, dengan banyaknya kegunaan dan manfaat dari BSI Mobile membuat masyarakat memilih aplikasi ini dari

pada mobile banking lain. Hal ini didukung dengan hasil jawaban kuisisioner pertanyaan terbuka, bahwa aplikasi BSI Mobile sudah sangat sesuai dengan keperluan yang masyarakat inginkan.

Persepsi kegunaan memiliki makna bahwa layanan mobile banking memiliki manfaat yang membuat konsumen yang menggunakan akan merasakannya. Seseorang yang percaya bahwa teknologi tersebut mudah untuk digunakan maka seseorang tersebut akan menggunakannya. Begitupun sebaliknya, jika seseorang merasa yakin bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.

Frekuensi penggunaan dan variasi program yang dijalankan menjadi dasar pengukuran kegunaan. Jika orang menyadari keuntungan dari penggunaan teknologi informasi, mereka akan lebih cenderung menggunakannya (Thompson & Baril, 2003). Kadang nasabah juga mempertimbangkan penggunaan layanan mobile banking dikarenakan sistem yang rumit sehingga nasabah masih cenderung lebih memilih menggunakan layanan publik yakni ATM yang hanya sekedar mengecek saldo, transfer dan membayar tagihan melalui ATM.

Chitra Laksmi Rithmaya (2016) kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah Bank BCA dalam menggunakan *internet banking*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_2$  diterima, karena variabel Persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

### 3. Pengaruh Ketersediaan Fitur Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketersediaan fitur memiliki nilai  $t$  hitung  $2,468 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,018 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis ketiga ( $H_3$ ) menyatakan bahwa ketersediaan fitur berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**. Oleh karena itu, fitur dalam sebuah aplikasi sangat berpengaruh bagi konsumen yang akan menggunakannya. Mereka

cenderung melihat fitur yang ada sebelum menggunakan. Berdasarkan hasil jawaban kuisiner pertanyaan terbuka BSI Mobile memiliki fitur yang sangat lengkap dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Menurut Ainscough dan Luckett dalam Pranidana (2011) fitur merupakan perlengkapan untuk interaktivitas nasabah dalam kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa *internet banking*. Pengguna cenderung lebih suka menggunakan layanan yang menyediakan fitur-fitur yang mereka butuhkan atau inginkan. Mereka tidak melihat banyak atau tidaknya fitur yang ada di dalam sebuah aplikasi, tetapi mereka melihat manfaat yang ada dalam fitur tersebut sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Kelengkapan jenis layanan perusahaan adalah salah satu kualitas fitur layanan. Layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit, suku bunga, dan lokasi cabang/ATM terdekat) dan layanan transaksi (transfer, pembayaran tagihan, dan beberapa fitur lainnya) sudah termasuk dalam kemampuan mobile banking (Amalia, 2022). Kelengkapan fitur menjadi bahan pertimbangan sekali bagi masyarakat yang akan menggunakan mobile banking. Jika dirasa fitur yang ada tidak sesuai dengan kebutuhan maka mereka akan cenderung tidak menggunakan BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Ahmad dan Bambang (2016) ketersediaan fitur berpengaruh terhadap minat ulang nasabah untuk menggunakan layanan *internet banking*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_3$  diterima, karena variabel ketersediaan fitur berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

#### **4. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile**

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,296 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,024 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis keempat ( $H_4$ ) menyatakan bahwa literasi keuangan

berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang membuta masyarakat menggunakan BSI Mobile. Apabila mereka tidak mengerti tentang literasi keuangan, maka mereka tidak akan dapat mengendalikan keuangannya. Berdasarkan hasil jawaban kuisisioner pertanyaan terbuka, literasi keuangan yang baik dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pengelolaan keuangan yang bermanfaat untuk masa depan.

Literasi keuangan (*Financial Literacy*) merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada trade off yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Menurut Robb & Woodyard (2011) memiliki literasi keuangan yang cukup akan berdampak positif pada perilaku keuangan seseorang, termasuk bagaimana mereka mengelola atau mengalokasikan uang mereka.

Pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari sehingga menjadi life skill yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan dalam jangka panjang. Berdasarkan hasil survei dan jawaban pernyataan terbuka masih ada masyarakat yang kurang paham secara mendalam tentang literasi keuangan dan pentingnya memahami keuangan. Masyarakat hanya mengetahui secara sekilas apa itu literasi keuangan, sehingga banyak dari mereka yang terkadang tidak dapat mengatur keuangan yang ada secara benar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Awalina (2019) yang menyatakan secara parsial variabel literasi keuangan berpengaruh positif terhadap preferensi penggunaan *e-money*. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_4$  diterima, karena variabel literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

## 5. Pengaruh Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile

Hasil pengujian menunjukkan bahwa keamanan memiliki nilai  $t$  hitung  $2,845 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,005 \leq 0,05$  yang artinya hipotesis kelima (**H<sub>5</sub>**) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile **diterima**. Keamanan menjadi faktor yang sangat penting terhadap kepercayaan konsumen dalam menggunakan sebuah aplikasi digital, semakin bagus tingkat keamanannya maka semakin yakin juga mereka menggunakannya. Dari hasil jawaban kuisisioner pertanyaan terbuka, konsumen percaya jika keamanan yang ada di BSI mobile sejauh ini sudah bagus. Mungkin hanya perlu ditingkatkan sedikit lagi supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

Menurut Simons dalam Rahardjo (2005) keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan (*cheating*) atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik. Keamanan menjadi salah satu faktor penting dalam penggunaan layanan keuangan online untuk menghindari atau mengurangi risiko dan ancaman yang dapat membahayakan individu, organisasi, atau kelompok. Konsumen harus merasa bahwa BSI Mobile aman untuk digunakan agar mereka memilih untuk menggunakan.

Dapat dikatakan bahwa keamanan merupakan aspek yang sangat penting karena memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah dalam memanfaatkan mobile banking. Akibatnya, persepsi konsumen terhadap keamanan akan menjadi motivator terkuat bagi mereka untuk memanfaatkan layanan mobile banking yang sangat rahasia. Tingkat keamanan bertransaksi secara online adalah permasalahan penting yang sering dipertimbangkan nasabah sebelum memutuskan untuk menggunakan e-banking.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hesti Handinisari (2023) bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi menggunakan Mobile Banking. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_5$  diterima, karena variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile.

#### **6. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan dan Keamanan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile**

Berdasarkan hasil t hitung dari tiap variabel, menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap preferensi konsumen dan variabel keamanan merupakan variabel paling berpengaruh. Berikut adalah hasil nilai t hitung tiap variabel, yaitu persepsi kemudahan nilai t hitung  $2,203 \geq t$  tabel 1,985, persepsi kegunaan nilai t hitung  $2,120 \geq t$  tabel 1,985, ketersediaan fitur nilai t hitung  $2,468 \geq t$  tabel 1,985, literasi keuangan nilai t hitung  $2,296 \geq t$  tabel 1,985, dan keamanan nilai t hitung  $2,845 \geq t$  tabel 1,985.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dapat dilihat pada tabel perhitungan anova pada nilai f hitung  $44,737 \geq f$  tabel 2,31 dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  dengan hal tersebut maka hipotesis keenam yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap preferensi konsumen menggunakan BSI mobile pada masyarakat banyumas, maka dapat disimpulkan  **$H_6$  diterima**. Kemudahan dan kegunaan dari fitur-fitur BSI mobile mejadi alasan masyarakat menggunakannya, pemahaman tentang literasi keuangan juga semakin mendorong masyarakat untuk menggunakan. Selain itu, faktor keamanan juga berperan penting terhadap kepercayaan konsumen

terhadap Bank. Hal ini didukung dengan jawaban kuisioner pertanyaan terbuka dari masyarakat, bahwa sebelum memilih sebuah aplikasi mereka pasti akan melihat faktor-faktor yang dapat mempengaruhi mereka untuk menggunakan.

Preferensi konsumen sama halnya dengan minat atau pilihan seseorang. Dengan adanya minat seseorang akan tertarik dan senang terhadap suatu hal, terlebih lagi pada bank yang jauh dari riba (bunga). Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu bank yang proses transaksinya tanpa bunga. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surat An Nisa ayat 161, yang berbunyi:

وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا

Artinya:

*“Dan karena mereka menjalankan riba, padahal sungguh mereka telah dilarang darinya, dan karena mereka memakan harta orang dengan cara tidak sah (batil). Dan Kami sediakan untuk orang-orang kafir di antara mereka azab yang pedih.”*

Berdasarkan ayat tersebut, kita sebagai umat manusia telah dilarang untuk berbuat riba dan memakan harta orang lain. Dalam islam riba dianggap sebagai bentuk ketidakadilan, selain itu Allah juga melarang perilaku memakan harta orang lain yang mencakup penipuan, mencuri data ataupun eksploitasi keuangan yang akan merugikan orang lain. Ketika kita melakukan transaksi apapun, kita tidak boleh memakan riba termasuk di dalam transaksi dunia perbankan seperti transaksi melalui mobile banking. Jika kita menabung di bank syariah dan menggunakan atm yang variasi silver maka kita tidak akan dikenakan biaya setiap bulannya. Jadi uang yang ada di dalam ATM akan tetap sama jumlahnya jika kita tidak menggunakannya dalam jangka waktu yang lama. Hal ini juga menjadi salah satu pendorong msyarakat menggunakan BSI Mobile.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan dan

keamanan terhadap preferensi konsumen dalam menggunakan BSI Mobile dapat dilihat pada nilai koefisien determinasi yang disesuaikan. Dalam penelitian ini nilai *Ajusted R Square* sebesar 0,704 (70,4%) artinya variabel persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur, literasi keuangan, dan keamanan dapat mempengaruhi preferensi konsumen menggunakan BSI mobile sebesar 70,4%, sedangkan sisanya 29,6% dipengaruhi oleh variabel efisiensi, kepercayaan nasabah dan efektifitas.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab IV, maka hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa, variabel persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung  $2,203 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,032 \leq 0,05$  yang berarti  $H_1$  diterima.
2. Persepsi Kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa, variabel persepsi kegunaan memiliki nilai t hitung  $2,120 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,015 \leq 0,05$  yang berarti  $H_2$  diterima.
3. Ketersediaan Fitur berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa, variabel ketersediaan fitur memiliki nilai t hitung  $2,468 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,018 \leq 0,05$  yang berarti  $H_3$  diterima.
4. Literasi Keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa, variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung  $2,296 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,024 \leq 0,05$  yang berarti  $H_4$  diterima.
5. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan bahwa, variabel keamanan memiliki nilai t hitung  $2,845 \geq t$  tabel  $1,985$  dan nilai signifikansi  $0,005 \leq 0,05$  yang berarti  $H_5$  diterima.

6. Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan dan Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan preferensi konsumen menggunakan BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f yang menunjukkan bahwa kelima variabel memiliki nilai F hitung  $44,737 \geq F$  tabel 2,31 dan nilai signifikansi  $0,000 \leq 0,05$  yang berarti  $H_6$  diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia, diharapkan dapat memahami lagi apa saja faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam menggunakan BSI Mobile, sehingga dapat mencapai kesuksesan serta konsumen merasa puas dalam menggunakan BSI Mobile. Bank Syariah Indonesia juga harus lebih meningkatkan keamanan sitem BSI Mobile supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, supaya masyarakat yang akan menggunakan BSI Mobile tidak perlu merasa ragu lagi.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel bebas diluar penelitian ini seperti variabel efisiensi, kepercayaan nasabah dan efektifitas, dengan menggunakan model penelitian yang lain atau mengubah objek pada penelitian. Serta sampel yang digunakan bisa lebih banyak dan bervariasi agar bisa menghasilkan sebuah gambaran penelitian yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamson, I. dan Shine, J. (2012). Extending the New Technology Acceptance Model to Measure the End User Information Systems Satisfaction in a Mandatory Environment: A Bank's Treasury, Technology Analysis & Strategic Management Vol. 15 No. 4
- Afifah, R. (2017). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Amalia, P. & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemanfaatan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Alkasb: Journal of Islamic Economics* Vol. 1 No. 1
- Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Jurnal Studi Manajemen* 8 (1)
- Damayanti, Armia Rizky. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BRIS dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo. *Skripsi*. Program Studi Perbankan Syariah FEBI, IAIN Ponorogo.
- Davis, Fred D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13 (3)
- Davis, F. D. (2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*. Vol. 46 No. 2
- Decky, Miftahuddin. (2019). Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri KCP. Bengkalis Dengan Bank Mandiri KC. Bengkalis. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol 8 No. 1
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, Z. (2020). Pengaruh Pelayanan m-Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih. *Islamic Banking: Jurnal*

*Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*. 6 (1).  
<https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.151>

Handinisari, H. Dkk. (2023). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking (BSI KCP Jalan Baru). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* Vol. 4 No. 3

Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Andi Offset.

Kasemin, K. (2015). *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. Jakarta: Prenada Media Group.

Karjono, A., & Wijaya. (2017). Analisis Pengaruh ROE, DER dan TATO Terhadap Harga Saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015. *Journal ASENSi*. 20 (2).

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Erlangga.

Lee, 2009. *Pengantar Manajemen*. Salemba Empat: Jakarta.

Lubis, Muhammad Vadly Azhar. (2021). Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan pada Bank BSI KCP Rantauprapat. *Skripsi*. Program studi Ilmu Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sumatera Utara Medan.

Muhtisar. Dkk. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* Volume 3 No. 1

Nugroho, I. Y. & Pudjihardjo. M. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan Bsi Mobile. *Jurnal Islamic Economics and Finance In Focus* Vol. 1 No. 2

OJK (Otoritas Jasa Keuangan). (2018). *Mudah Dan Aman Dengan Internet Banking Dan Mobile Banking*.  
[https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/417\\_Perbankan-4a mudah dan aman dengan internet banking dan mobile banking\\_2018\\_small.pdf](https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/images/FileDownload/417_Perbankan-4a%20mudah%20dan%20aman%20dengan%20internet%20banking%20dan%20mobile%20banking_2018_small.pdf).

- OJK. (2019). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2019* :: SIKAPI :: <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/DetailMateri/494>
- Pambudi, A. D. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Keterbatasan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking Pada Program Layanan Internet Banking BRI. *Jurnal studi Manajemen* Vol. 8 No 1.
- Poon, W. C. (2008). Users' adoption of ebanking services: The Malaysian perspective. *Journal of Business and Industrial Marketing* 23 (1). <https://doi.org/10.1108/08858620810841498>
- Rahardjo, B. (2005). *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*. Jakarta: PT. Insan Indonesia
- Riduwan dan Akdon. (2013). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Internet Banking. *Journal Of Research In Economics and Management* 16 (1).
- Roflin eddy, Et all. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel Dalam Penelitian Kedokteran*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Sofya, N. D., dkk. (2020) Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Ntb Syariah Cabang Sumbawa. *Jurnal Tambora* Vol. 4 No. 2A <http://jurnal.uts.ac.id>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PenerbitAlfabeta.
- Sugiyono, P. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Sukmawati, D. M. (2020). Pengaruh Efisiensi, Keamanan dan Manfaat Layanan MBanking terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Syariah Cabang Kediri. *Skripsi*. Program studi Perbankan Syariah FEBI UIN Satu Tulungagung.
- Trojanowski, M., & Kułak, J. (2017). The impact of moderators and trust on consumer's intention to use a mobile phone for purchases. *Journal of Management and Business Administration. Central Europe* 25 (2). <https://doi.org/10.7206/jmba.ce.2450-7814.197>

- Utami, N. W. A. B. & Herawati, N. T. (2020). Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Resiko Dan Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Transaksi Non Cash Pada PT BRI (Persero) Tbk (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Undiksha). *JIMAT: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi* Vol. 11 No. 2
- Wilardjo, S. B. (2005). Pengertian, Peranan dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Value Added* Vol. 2 No. 1
- Thompson, R. & Baril, W. C. (2005). *Information Technology and Management*, New York: Mc Graw-Hill.  
<https://staffnew.uny.ac.id/upload/132318570/pendidikan/bank-syariah.pdf>
- Yusmad, M.A. (2018). *Aspek Hukum Perbankan Syariah dari Teori Ke Praktik*. Yogyakarta. Deepublish CV Budi Utama.
- Zulfadli Hamzah, A. A. P. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah The. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*.
- Zakiah, S. (2023). Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah di Kabupaten Aceh Barat. *Jurnal Sains Riset* Vol 13 No. 1  
<http://journal.unigha.ac.id/index.php/JSRDOI.10.47647/jsr.v10i2>
- Prastiwi, D. (2023). *4 Fakta BSI Jadi Korban Ransomware, 15 Juta Data Nasabah Dicuri hingga Hacker Minta Tebusan*. Banjarnegara. <https://www.liputan6.com/news/read/5285688/4-fakta-bsi-jadi-korban-ransomware-15-juta-data-nasabah-dicuri-hingga-hacker-minta-tebusan> Di akses pada 27 Agustus 2023 pukul 20.46
- Suryo, A. (2023). *"Data Nasabah BSI Diduga Bocor karena Ransomware, Harus Bagaimana?"*. Banjarnegara. <https://inet.detik.com/security/d-6718351/data-nasabah-bsi-diduga-bocor-karena-ransomware-harus-bagaimana>. Diakses pada 27 Agustus 2023 pukul 22.15

# LAMPIRAN-LAMPIRAN



## Lampiran 1 Kuisisioner

### KUISISIONER

#### **PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN, PERSEPSI KEGUNAAN, FITUR DAN KEAMANAN TERHADAP PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN BSI MOBILE PADA MASYARAKAT BANYUMAS**

Kepada Yth. Bapak/ Ibu/ Saudara/i  
Masyarakat Kabupaten Banyumas  
di Tempat  
Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi) sebagai salah satu syarat kelulusan program sarjana S1 di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, Saya Novita Setyo Putri mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur, Literasi Keuangan dan Keamanan terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan BSI Mobile Pada Masyarakat Banyumas.” Untuk itu, saya membutuhkan responden dengan kriteria sebagai berikut:

1. Masyarakat yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kabupaten Banyumas
2. Sedang atau pernah menggunakan aplikasi BSI Mobile
3. Rentang Usia 20-55 tahun.

Apabila Bapak/Ibu/Saudara/i termasuk dalam kriteria diatas, saya mengharapkan kesediaan dan bantuan Anda untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Peneliti akan menjaga kerahasiaan data anda dan tidak akan memberikan data kepada pihak lain tanpa persetujuan Anda.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara/i mengisi kuisisioner ini saya mengucapkan banyak terimakasih.

Hormat Saya,

Novita Setyo Putri  
NIM 1917202095



3.	Saya dapat mengontrol segala informasi dan penggunaan transaksi pribadi saya					
4.	Saya dapat mengendalikan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) dengan baik					
5.	Bahasa yang digunakan pada Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) dapat dimengerti dengan baik					
6.	Petunjuk penggunaan pada Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) sangat jelas					
7.	Saya dapat bertransaksi dimana saja melalui Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)					
8.	Saya dapat bertransaksi kapan saja melalui Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)					
9.	Bertransaksi melalui Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak membuat saya bingung					
10.	Sangat mudah dalam penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia					
11.	Menurut anda apakah <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia mudah dipahami dan dimengerti?					
	Tanggapan:					

**Indikator: Presepsi Kegunaan (X<sub>2</sub>)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya bisa lebih menghemat waktu untuk bertransaksi tanpa harus mengantri di bank					
2.	Dengan layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) saya menyelesaikan transaksi apapun tanpa membuang waktu yang lama					

3.	Dengan Mobile Banking saya lebih teliti dan bijak dalam melakukan transaksi					
4.	Saya melakukan transaksi melalui Mobile Banking dengan hati-hati					
5.	Dengan Mobile Banking saya tidak perlu menunda transaksi yang saya butuhkan jika kondisi saya sedang tidak memungkinkan					
6.	Saya dapat melakukan lebih banyak transaksi sesuai kebutuhan sehari-hari seperti pembayaran berbagai tagihan, top up ecommerce, pulsa dan lainnya					
7.	Saya bisa menyelesaikan kebutuhan transaksi sesuai dengan keinginan saya					
8.	Menambah produktifitas saya karena menyelesaikan transaksi dengan mudah dan cepat					
9.	Menjadi lebih mudah karena bertransaksi tanpa persyaratan yang rumit					
10.	Mempermudah saya dalam bertransaksi tanpa perlu mendatangi Bank					
11.	Menurut anda apakah <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia sudah sesuai dengan apa yang anda perlukan dan inginkan?					
	Tanggapan:					

**Indikator: Ketersediaan Fitur (X<sub>3</sub>)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Pilihan fitur dalam <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk melaksanakan transaksi lebih mudah dipahami					
2.	Desain tampilan fitur <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI) lebih jelas dan simpel					

3.	Dapat melakukan transaksi secara nontunai, seperti: pengecekan saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan lain-lain					
4.	Saya dapat melakukan transaksi apapun menggunakan layanan yang tersedia					
5.	Secara keseluruhan, keberagaman fitur yang tersedia dalam Mobile Banking mudah digunakan					
6.	Keberagaman fitur yang terdapat dalam Mobile Banking memiliki banyak manfaat bagi penggunanya.					
7.	Layanan perbankan yang tersedia dalam Mobile Banking selalu diperbaharui dan disempurnakan.					
8.	Menggunakan Mobile Banking karena proses transaksinya cepat					
9.	Saya merasa <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia lebih mudah di gunakan					
10.	Mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan <i>BSI Mobile</i>					
11.	Menurut anda bagaimana kelengkapan dari fitur yang ada di <i>Mobile Banking</i> BSI?					
	Tanggapan:					

**Indikator: Literasi Keuangan (X<sub>4</sub>)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya menyadari bahwa penting untuk memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan pribadi saya					
2.	Saya menyadari bahwa mengambil keputusan keuangan yang cerdas dapat memengaruhi					

	masa depan finansial saya					
3.	Saya mengetahui dengan baik tentang keuangan secara umum					
4.	Dengan mengetahui tentang literasi keuangan saya dapat menganalisis situasi keuangan					
5.	Saya mengerti dan mampu menggunakan layanan jasa keuangan					
6.	Saya mampu mengendalikan keuangan dengan baik					
7.	Saya merencanakan keuangan untuk menetapkan target di masa depan					
8.	Penting bagi saya untuk mengontrol pengeluaran keuangan					
9.	Saya secara rutin menyusun anggaran bulanan untuk mengelola pengeluaran dan pendapatan saya					
10.	Saya melakukan riset dan memahami produk investasi sebelum memutuskan untuk berinvestasi					
11.	Apakah anda sudah mengetahui dengan baik tentang literasi keuangan?					
	Tanggapan:					

**Indikator: Keamanan (X<sub>5</sub>)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia (BSI) tidak memiliki risiko yang tinggi					
2.	Kemungkinan terjadinya kesalahan dalam sistem jaringan BSI Mobile sangat kecil.					
3.	Jika terjadi masalah dalam aplikasi <i>Mobile Banking</i> pihak bank langsung menanggapi dengan cepat.					

4.	Pihak bank sangat menjamin keamanan saat menggunakan Mobile Banking untuk bertransaksi.					
5.	Saya yakin pihak Bank BSI menyimpan semua data nasabah dengan baik					
6.	Tertarik menggunakan BSI Mobile karena percaya pada kinerja Bank Syariah					
7.	Saya merasa menggunakan BSI Mobile dapat meningkatkan peluang saya untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan tambahan					
8.	Produktivitas saya menjadi meningkat ketika saya menggunakan aplikasi BSI Mobile					
9.	Pihak bank semakin meningkatkan keamanan dan meminimalisir segala risiko yang mungkin terjadi.					
10.	Pihak bank langsung menindaklanjuti apabila terjadi penyalahgunaan dalam menggunakan Mobile Banking.					
11.	Menurut anda bagaimana keamanan yang ada di dalam BSI Mobile?					
	Tanggapan:					

**Indikator: Preferensi Konsumen (Y)**

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Saya ingin menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia melihat layanan yang bervariasi					
2.	Kelengkapan menjadi pertimbangan paling utama setiap nasabah dalam keputusan menggunakan Mobile Banking					
3.	Dengan menggunakan Mobile Banking kita bisa melakukan pembayaran tanpa perlu ke bank					

4.	Menggunakan BSI Mobile karena membantu saya untuk membayar tagihan di aplikasi online					
5.	Saya tertarik menggunakan BSI Mobile sebab fitur yang disediakan sesuai dengan kebutuhan saya					
6.	Saya tertarik menggunakan karena terdapat layanan yang tidak dimiliki pada mobile banking bank lain					
7.	Saya memutuskan memilih produk layanan transaksi BSI Mobile karena saran dari keluarga/teman saya					
8.	Saya memilih menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) karena saya merekomendasikan kepada orang lain					
9.	Saya yakin menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) atas kemauan saya sendiri					
10.	Saya membutuhkan layanan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI) jadi saya menggunakannya					
11.	Menurut anda hal apakah yang membuat anda menggunakan BSI Mobile?	Tanggapan:				

## Lampiran 2 Data Penelitian Kuisisioner

No	Usia	Pekerjaan	Alamat	Jenis Kelamin
1	22	Pelajar/Mahasiswa	Puwokerto	Perempuan
2	22	Lainnya	Banyumas	Laki-laki
3	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
4	23	Lainnya	Purwokerto	Perempuan
5	22	Karyawan	Banyumas	Laki-laki
6	43	Ibu Rumah Tangga	Sokaraja	Perempuan

7	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
8	23	Lainnya	Cilongok	Perempuan
9	21	Pelajar/Mahasiswa	Banyumas	Perempuan
10	25	Wirausaha	Cilongok	Laki-laki
11	23	Lainnya	ajibarang	Laki-laki
12	21	Lainnya	Ajibarang	Perempuan
13	21	Pelajar/Mahasiswa	Ajibarang	Perempuan
14	20	Karyawan	Banyumas	Laki-laki
15	22	Karyawan	ajibarang	Perempuan
16	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
17	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
18	23	Pelajar/Mahasiswa	Ajibarang	Perempuan
19	29	Lainnya	purwokerto	Perempuan
20	22	Pelajar/Mahasiswa	banyumas	Perempuan
21	46	Wirausaha	Sokaraja	Laki-laki
22	24	Karyawan	banyumas	Laki-laki
23	20	Lainnya	Purwokerto	Perempuan
24	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
25	40	Ibu Rumah Tangga	banyumas	Perempuan
26	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
27	40	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
28	44	Ibu Rumah Tangga	purwoketo	Perempuan
29	22	Lainnya	banyumas	Perempuan
30	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
31	23	Pelajar/Mahasiswa	banyumas	Laki-laki
32	36	Lainnya	Purwokerto	Laki-laki
33	23	Karyawan	Purwokerto	Laki-laki
34	23	Pelajar/Mahasiswa	purwokerto	Perempuan
35	24	Lainnya	Banyumas	Laki-laki
36	22	Pelajar/Mahasiswa	ajibarang	Laki-laki
37	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
38	22	Lainnya	Ajibarang	Perempuan
39	21	Pelajar/Mahasiswa	Ajibarang	Perempuan
40	21	Pelajar/Mahasiswa	cilongok	Laki-laki
41	20	Pelajar/Mahasiswa	purwokerto	Perempuan
42	20	Pelajar/Mahasiswa	purwokerto	Perempuan
43	22	Lainnya	ajibarang	Perempuan
44	26	Lainnya	ajibarang	Laki-laki
45	37	Lainnya	Purwokerto	Perempuan
46	43	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
47	22	Karyawan	Sokaraja	Laki-laki
48	22	Pelajar/Mahasiswa	Sokaraja	Laki-laki
49	36	Karyawan	Purwokerto	Laki-laki
50	24	Wirausaha	Purwokerto	Laki-laki

51	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
52	26	Karyawan	Sokaraja	Laki-laki
53	36	Ibu Rumah Tangga	Sokaraja	Perempuan
54	35	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
55	26	Karyawan	Cilongok	Perempuan
56	37	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
57	24	Wirausaha	Cilongok	Laki-laki
58	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
59	50	Karyawan	Sokaraja	Laki-laki
60	43	Wirausaha	Sokaraja	Laki-laki
61	52	Karyawan	Sokaraja	Perempuan
62	26	Karyawan	Purwokerto	Laki-laki
63	22	Pelajar/Mahasiswa	Banyumas	Perempuan
64	22	Pelajar/Mahasiswa	Banyumas	Laki-laki
65	37	Karyawan	Purwokerto	Laki-laki
66	47	Ibu Rumah Tangga	Banyumas	Perempuan
67	36	Karyawan	Sokaraja	Laki-laki
68	33	Karyawan	Sokaraja	Perempuan
69	35	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
70	42	Lainnya	Banyumas	Laki-laki
71	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
72	42	Ibu Rumah Tangga	Sokaraja	Perempuan
73	26	Lainnya	Sokaraja	Laki-laki
74	45	Ibu Rumah Tangga	Banyumas	Perempuan
75	24	Wirausaha	Banyumas	Laki-laki
76	41	Karyawan	Sokaraja	Laki-laki
77	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Laki-laki
78	26	Lainnya	Purwokerto	Perempuan
79	37	Karyawan	Purwokerto	Laki-laki
80	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Laki-laki
81	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
82	23	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan
83	24	Karyawan	Banyumas	Perempuan
84	26	Wirausaha	Purwokerto	Laki-laki
85	20	Pelajar/Mahasiswa	Sokaraja	Laki-laki
86	38	Lainnya	Sokaraja	Laki-laki
87	35	Lainnya	Sokaraja	Laki-laki
88	42	Ibu Rumah Tangga	Banyumas	Perempuan
89	45	Ibu Rumah Tangga	Sokaraja	Perempuan
90	45	Wirausaha	Banyumas	Laki-laki
91	26	Lainnya	Banyumas	Laki-laki
92	32	Ibu Rumah Tangga	Sokaraja	Perempuan
93	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
94	42	Ibu Rumah Tangga	Purwokerto	Perempuan

95	25	Lainnya	purwokerto	Perempuan
96	22	Karyawan	Ajibarang	Perempuan
97	22	Pelajar/Mahasiswa	Ajibarang	Perempuan
98	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan
99	22	Lainnya	Banyumas	Perempuan
100	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto	Perempuan

### Lampiran 3 Tabulasi Data

#### 1. Persepsi Kemudahan (X1)

No	Persepsi Kemudahan										Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41
5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	44
8	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	3	4	5	3	4	3	4	5	4	5	40
11	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	40
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	40
15	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	42
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
26	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
27	3	3	4	5	4	4	4	4	5	5	41
28	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	44
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	43
31	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
32	5	3	5	4	5	5	4	5	5	4	45
33	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43

34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	47
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
36	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	39
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	5	5	4	5	3	4	4	4	4	5	43
41	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
42	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	43
43	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	45
47	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
48	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
50	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	44
53	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	44
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

82	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
83	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	47
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
87	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	43
88	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
89	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
90	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
91	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
92	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	42
93	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
94	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	48
95	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	46
96	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47
99	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	44
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Persepsi Kemudahan (X1)
1	Ya
2	Ya mudah dipahami
3	Mudah
4	Sangat mudah di pahami dan di mengerti bagi para nasabahnya
5	Yaa, mobile banking bank syariah Indonesia mudah dipahami dan dimengerti
6	Mudah
7	Iya
8	Mudah
9	Mudah
10	Mudaj
11	Setuju
12	Menurut saya sangat mudah
13	Ya mudah di pahami
14	Ya
15	Netral
16	Iya
17	Iyaaaa
18	Sangat mudah
19	Sangat mudah dipahami
20	Ya, mudah dipahami dan dimengerti
21	Iya
22	Iyaa
23	Ya
24	Ya cukup mudah dipahami
25	Very smooth UI/UX

26	Sangat mudah dipahami
27	Lumayan kurang upgradebapg
28	Sangat mudah
29	Dimengerti
30	Ya cukup mudah di pahami dengan berbagai fitur yang ada didalamnya
31	Mudah
32	Iya
33	Ya
34	Iya, mudah dipahami dan dimengerti karena sangat jelas Dan bahasa yang digunakan pun bahasa yang familiar
35	Mudah
36	Iya
37	Mudah
38	Ya mudah dipahami dan dimengerti
39	Iyaaa sangat mudah
40	Iyaa betuul
41	Iya betul, mudah dipahami dan dimengerti.
42	Iya mudah
43	Iyaa mudah
44	Setujuu sangat mudah dipahami
45	Iya mudah
46	Iya sudah
47	Iya mudah
48	Sangat mudah
49	Iya mudah
50	Iya
51	Sangat mudah
52	Sangat mudah
53	Iyaaaa mudah
54	Sudah
55	Ya mudah dipahami
56	Sangat mudah dimengerti
57	Sangat mudah
58	Iyaa
59	Sangat mudah digunakan, dipahami dan dimengerti
60	Sangat mudah di pahami
61	Sangat mudah
62	Mudah dipahami
63	Sangat mudah
64	Iya mudah
65	Sangat mudah
66	Iya, mudah dalam menggunakannya
67	Sangat mudah
68	Iya mudah
69	Ya.
70	Sangat dimengerti
71	Sangat mudah
72	Iya mudah

73	Sangat mudah
74	Sangat mudah
75	lyaa mudah
76	lya mudah
77	lya mudah
78	lya mudah
79	Sangat mudah
80	Sudah
81	lyaa betul
82	lya
83	lyaa mudah
84	lya mudah
85	Y
86	Alhamdulillah
87	Yaaa, mudah untuk di pahami..
88	Sangat mudah
89	lya, saya dengan ceat juga bisa mengoperasikannya
90	lya mudah
91	Sangat mudah dan gampang
92	lya sangat mudah untuk memahami proses penggunaanya
93	lya mudah
94	lyaa mudahh, tidak ada kesulitan
95	lyaa
96	lya benar
97	Mudah sekali
98	lya mudah untuk dipahami
99	Aplikasinya tidak rumit jadi mudah digunakan
100	lya mudah

## 2. Persepsi Kegunaan

No	Persepsi Kegunaan										Total X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	47
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	43
5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	41
11	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	41
12	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	46
13	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41

14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	45
26	4	4	5	4	4	5	3	4	5	3	41
27	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	45
28	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	45
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	47
33	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
36	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
37	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	45
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
44	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
47	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
48	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	42
49	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
50	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45
53	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
58	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	41
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	41
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	47
67	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
68	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	43
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
71	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	43
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
83	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
84	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
85	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
86	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	42
87	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	45
88	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	47
89	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
90	4	5	4	5	4	3	4	3	5	5	42
91	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	44
92	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	44
93	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
94	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	47
95	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
96	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
97	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
98	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Persepsi Kegunaan (X2)
1	Ya sudah
2	Ya
3	ya
4	cukup
5	sudah
6	Sudah sangat sesuai

7	Iyaa
8	Sesuai
9	Iya
10	ya
11	Sesuai, saya menginginkan ada fitur permainan supaya lebih banyak dan lebih asik dalam membuka M bangking bank syariah. Masukan untuk gamenya kaya cacing cacing aja yang makan bisa tambah gede
12	Sudah
13	Sudah sesuai
14	Sudah
15	Menurut saya sudah sesuai
16	Iya sudah sesuai
17	iyaa
18	sesuai
19	Netral
20	Sudah
21	Sudaaaah sesuai banget
22	Sudah
23	Sudah
24	Ya, sudah sesuai
25	Iyaa sesuai
26	Ya
27	Belum
28	Ya
29	Cukup perlu dengan kebutuhan
30	cukup
31	Sesuai
32	Iya betul
33	Sudah sangat sesuai
34	Sudah
35	sudah
36	Sudah
37	Iya
38	Belum, masih sering trouble
39	Sesuai
40	Iya
41	Sudah
42	Ya sudah sesuai
43	Sudah
44	Sudaaaah sesuai sekali
45	belum, namun sebagian besar sudah sesuai dengan kebutuhan transaksi saya.
46	Sudah sesuai sekali
47	Sudah sesuai
48	Sudah
49	Sudah sesuai sekali
50	Sudah
51	Sudah sesuai
52	Iyaa sudah

53	sudah
54	Sudah sesuai
55	Ya
56	Sudah
57	Sudaah sangat sesuai
58	Ya sudah sesuai
59	Sudah sesuai
60	Sudah
61	Iyaa sesuai
62	Sudah sesuai
63	Sudah sesuai
64	Sesuai
65	Sudah
66	Iya sudah
67	Sudah
68	Sudah semua
69	Sudah
70	Iya sudah
71	Sudah sesuai
72	Sudah
73	Sudah
74	Sudah
75	Sudah
76	Iya sudah karena bisa di pakai buat apa saja
77	Iya sesuai
78	Iya sudah
79	Sudah
80	Ya sudah sesuai
81	Sesuai sekali
82	Iya sudah sesuai
83	Iya sudah
84	Iya sudah sesuai
85	Y
86	alhamdulillah
87	Ya sudah sesuai
88	Sangat sesuai
89	sudaah
90	sesuai dengan kebutuhan
91	sangat sesuai sekali
92	sudah
93	sudah sesuai dan banyak kegunaannya
94	iya sudah
95	sudah
96	sesuai sekali dengan apa yang saya inginkan dan perlukan
97	iy sudah
98	sangat sesuai dengan kebutuhan saya untuk bertransaksi
99	iya sesusai
100	sesuai, karena alikasi ini bermanfaat bagi saya

### 3. Ketersediaan Fitur

No	Ketersediaan Fitur										Total X3
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	47
3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	45
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
13	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	45
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
26	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	43
27	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
28	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	42
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	40
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
33	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	43
36	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	43
37	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
38	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
41	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42

42	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	47
43	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
44	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	44
49	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
53	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
76	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
77	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
78	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47
83	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	46
84	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	40
85	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	46
86	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
87	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
88	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
89	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45

90	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
91	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
92	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	44
93	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
94	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
95	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
96	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	46
97	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	41
98	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	43
99	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Ketersediaan Fitur (X3)
1	Sudah lengkap
2	Cukup lengkap
3	lengkap
4	kurang
5	sudah lengkap
6	Sangat memudahkan nasabah
7	Mudah digunakan
8	Sudah lengkap
9	Lengkap
10	kurang
11	Lengkap. Tapi kurang game aja
12	Sudah lengkap
13	Keren
14	Bagus
15	Sudah cukup lengkap
16	iya sudah lengkap
17	cukup baik
18	fitur lengkap dan mudah
19	Netral
20	sudah lengkap
21	Baguuus sudaah lengkap
22	Baguss mudah di pahami
23	Mudah digunakan
24	Sudah lengkap
25	Iya lebgkap
26	Iyaa
27	Cukup simple dan mudah
28	Belum lengkap
29	Baik
30	Cukup lengkap
31	Lengkap
32	Lengkap
33	sudah cukup lengkap dan mudah digunakan
34	Cukup bagus

35	cukup lengkap mulai dari tf, topup dan masih banyak lagi
36	Memuaskan
37	Sudah lengkap
38	Lengkap
39	Lengkap
40	Lengkap
41	Sangat lengkap dan mudah dipahami
42	Lengkap
43	Sudah lengkap
44	Sangat lengkap dan mudah di akses
45	Sudah bagus karna dengan yang saya butuhkan
46	Sebagian besar sudah lengkap fiturnya.
47	Lengkap sekali
48	Sudah sangat bagus
49	Baik dan lengkap
50	Sudah bagus lengkap sekali
51	Sudah lengkap
52	Bagus sudah lengkap
53	Sangat lengkap
54	Lengkap
55	sudah cukup lengkap
56	Sudah sangat lengkap
57	Ya bagus
58	Sangat lengkap
59	Lengkap
60	Lengkap
61	Cukup lengkap
62	Sangat lengkap
63	Sudah sangat lengkap
64	Sudah lengkap dan mudah digunakan
65	Sudah lengkap
66	Sangat lengkap
67	Sangat lengkap
68	Sangat lengkap
69	Sudah baik
70	Sangat lengkap
71	Praktis
72	Sangat lengkap
73	Sudah lengkap
74	Sudah lengkap
75	Sangat lengkap dan bagus
76	Sangat lengkap
77	Sudah lengkap
78	Sudah bagus
79	Sangat lengkap dan bermanfaat semua
80	Sangat lengkap
81	Sudah lengkap
82	Sangat bagus dan lengkap

83	Sudah lengkap
84	Lengkap dan bagus
85	Cukup
86	Mantappp
87	iyaa sudah
88	Sangat beragam dan lengkap
89	sudah lengkap
90	ya sudah
91	lengkap sesuai kebutuhan
92	yaa sudah amat sangat lengkap sekali
93	kereen lengkap sekali ges
94	mantaap lah
95	sudah
96	sudah sesuai lah dengan kebutuhan saya
97	lengkap dan bervariasi
98	sudah lengkap
99	lengkap sekali
100	sangat lengkap dan sesuai kebutuhan

#### 4. Literasi Keuangan

No	Literasi Keuangan										Total X4
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	44
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	43
10	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
11	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	44
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
16	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	43
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	42
19	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
27	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	40
28	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	43
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
33	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
35	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
36	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	40
37	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	40
38	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	44
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	43
43	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	47
44	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	2	4	4	5	5	5	3	4	40
49	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
50	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	48
62	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
69	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	43
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41

72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
75	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
76	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
78	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45
79	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	48
80	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	44
81	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
82	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	45
83	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
84	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
85	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	45
86	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	41
87	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
88	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	47
89	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	48
90	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
91	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
92	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	43
93	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	41
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
96	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	41
97	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	42
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Literasi Keuangan (X4)
1	Ya sudah
2	Cukup mengetahui
3	ya
4	belum
5	sudah
6	Sudah
7	Sedikit
8	Belum
9	belum
10	Cukup
11	Sudah
12	Sudah
13	Sudah
14	Alhamdulillah lumayan
15	cukup
16	sudah

17	Netral
18	belum terlalu
19	Cukup baik
20	Sudah
21	Sudah
22	Iya
23	Belum terlalu
24	Ya
25	Belum
26	Sudah
27	Cukup mengerti
28	sudah
29	Sudah
30	Lunayam
31	sudah
32	Belum
33	belum tau
34	Sudah
35	Sudah
36	Sudah namun belum terlalu luas
37	Belum
38	Sudah
39	Cukup
40	Iya
41	Alhamdulillah sudah
42	Cukup baik menurut saya
43	Sedikit mengetahui tentang literasi keuangan.
44	Cukup baik
45	Belum
46	Kurang lebih
47	Cukup baik
48	Belum
49	Sudah
50	Sudah
51	Cukup baik
52	Belum
53	Sudah
54	Sudah
55	Belum
56	Sudah
57	Ya sangat saya pahami
58	Sudah
59	Ya
60	Sudah
61	Ya sudah
62	Sudah
63	Belum terlalu mengerti tentang literasi keuangan
64	Sudah

65	Sudah
66	Sudah
67	Sudah sudah
68	Sedikit mengerti
69	Ya
70	Sudah
71	Sudah
72	Belum
73	Sudah
74	Sudah
75	Sudah
76	Iyaa sudaah
77	Sedikit mengetahui
78	Cukup baik
79	Sudah
80	Sudah
81	Cukup baik
82	Sudah
83	Cukup baik
84	Sedikit mengetahui
85	Cukup
86	Lumayan
87	iya sudah
88	Sudah
89	alhamdulillah
90	cukup baik
91	sudah
92	sudah mengetahui dan mengamalkan
93	iya sudah memahami
94	sudah
95	alhamdulillah cukup mengerti dengan baik
96	sudah, karena berpengaruh pada masa depan
97	sudah dong
98	cukup baik
99	sudah dong
100	alhamdulillah sudah, karena literasi keuangan sangat berpengaruh dengan pengelolaan keuangan saya

## 5. Keamanan

No	Keamanan										Total X5
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	47
3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41

5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
11	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
18	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	46
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	44
28	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	44
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	41
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	41
34	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	44
35	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	42
36	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	41
37	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
38	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	44
43	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	47
44	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
48	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
50	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
51	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	40
52	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42

53	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40
56	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
57	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
58	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
61	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
62	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
63	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
64	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	41
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
68	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
71	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
72	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
79	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	47
80	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	46
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	47
83	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	47
84	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
85	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
86	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
87	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	44
88	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
89	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
90	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
91	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	42
92	5	4	3	5	5	4	3	4	4	5	42
93	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	41
94	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
95	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
96	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	45
97	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
98	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	41

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Keamanan (X5)
1	Sudah aman karena selama saya menggunakan BSI Mobile untuk transaksi belum pernah terjadi kendala
2	Kurang aman seperti beberapa waktu lalu data bocor dan aplikasi tidak bisa digunakan
3	Aman
4	Biasa saja
5	Bagus
6	Bagus
7	Aman
8	Sudah aman tetapi perlu ditingkatkan supaya tidak ada kejadian kena hack seperti kemarin
9	Kurang baik karena kemarin baru saja kena hack jadi perlu ditingkatkan lagi
10	Sejak BSI Mobile pernah mengalami serangan hacker, maka saya lebih berhati-hati dalam menggunakan m banking tersebut.
11	Perlu ditingkatkan
12	Masih perlu di tingkatkan supaya tidak terulang lagi kejadian kena hack
13	Sangat aman
14	Perlu ditingkatkan
15	Kurang baik perlu ditingkatkan
16	Bagus
17	Perlu di perbaiki
18	Sangat aman
19	Perlu ditingkatkan
20	Sudah aman
21	Sangat aman
22	Baik
23	Sangat aman
24	Baik
25	Perlu di perhatikan
26	Baik
27	Sangat aman
28	Sangat aman
29	Baikk
30	Sistem keamanan perbankan sudah sangat aman
31	Keamanan terjaga
32	Sangat aman
33	Sangat aman
34	Sangat aman
35	Baik
36	Sangat aman
37	Sangat baik
38	Sangat aman
39	Baik
40	Sudah cukup aman
41	Sangat aman

42	Sangat aman
43	Cukup baik
44	Sangat aman
45	Sangat aman
46	Sudah baik tetapi perlu ditingkatkan supaya kejadian seperti kemarin tidak terulang
47	Cukup baik
48	Baik
49	Perlu ditingkatkan lagi
50	Sangat aman
51	Sangat aman
52	Baik
53	Baik sudah aman
54	Kurang baik
55	Kurang aman
56	Bagus
57	Amannn
58	Untuk keamanan sudah dilakukan sebaik mungkin
59	Sangat aman
60	perlu ditingkatkan
61	perlu ditingkatkan lagi
62	bagus
63	perlu diperbaiki
64	aman
65	perli ditingkatkan
66	dulu si sudah bagus, tapi karna kemarein kena hack jadi perlu diperbaiki
67	baik
68	bagus, Cuma perlu ditingkatkan lagi sistemnya
69	aman
70	cupuk bagus
71	perlu ditingkatkan lagi supaya tidak kena hacker seperti kemarin
72	Belum
73	Sudah
74	Sudah
75	Sudah
76	lyaa sudaah
77	Sedikit mengetahui
78	Cukup baik
79	Sudah
80	Sudah
81	Cukup baik
82	Sudah
83	Cukup baik
84	Sedikit mengetahui
85	Cukup
86	Lumayan
87	iya sudah
88	Sudah

89	alhamdulillah
90	cukup baik
91	sudah
92	sudah mengetahui dan mengamalkan
93	iya sudah memahami
94	sudah
95	alhamdulillah cukup mengerti dengan baik
96	sudah, karena berpengaruh pada masa depan
97	sudah
98	cukup baik
99	sudah
100	alhamdulillah sudah, karena literasi keuangan sangat berpengaruh dengan pengelolaan keuangan saya

## 6. Preferensi Konsumen (Y)

No	Preferensi Konsumen										Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	46
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	43
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	41
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	44
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
17	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
18	4	5	5	4	4	5	5	3	4	3	42
19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
20	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	46
26	5	5	3	4	4	4	4	5	5	3	42
27	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49

29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	45
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
35	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
37	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
38	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	41
43	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	44
44	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	41
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
47	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
48	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	42
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
50	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
61	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
62	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
63	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
64	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	43
65	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	41
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
72	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49

77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
78	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
79	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
82	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	47
83	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
84	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	44
85	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45
86	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
87	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	41
88	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	46
89	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	46
90	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
91	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
92	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
94	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	46
100	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

No	Hasil Pertanyaan Terbuka Preferensi Konsumen (Y)
1	Praktis
2	Mudah
3	ke mudahan, keamanan
4	kenyamanan dalam bertransaksi
5	mudah dipahami
6	Lebih aman
7	Karna mudah digunakan dan praktis, selain itu terjamin juga keamanannya
8	Mudah dan fiturnya banyak
9	Transaksi lebih mudah
10	Membuat praktis
11	Mudah dipahami, byrnya lumayan murah semangatttt novitaaa ☐
12	BSI transaksi lebih bagus
13	Mudah dalam bertransaksi
14	Praktis
15	mudah dan cepat
16	Netral
17	fiturnya lengkap
18	Karenaa mudah digunakan dan bisa diakses di manapun
19	BSI transaksi yang sangat bagus dan aman
20	Fitur yang ada di BSI mobile mudah digunakan
21	Kemudahan dalam bertransaksi

22	Terjamin keamanannya
23	Bisa jadi
24	Transaksi
25	Kemudahan
26	Bank Syariah
27	Memudahkan
28	easy to use
29	Praktis
30	Lebih mudah di fahami dan digunakan daripada mbanking yg lainnya.
31	Lebih praktis
32	keperluan
33	Karena amanah
34	kebutuhan
35	Karena mudah di akses kapanpun dimanapun dan fitur layanan yang di sediakan
36	Karena ga ada bunga
37	Fitur lengkap
38	Supaya lebih mudah dalam melakukan pembayaran
39	Simpel
40	Mudah dipahami dan efektif waktu
41	Karna lebih mudah dan praktis
42	Karena mudah digunakan dan di bank bsi juga tidak ada potongan biaya
43	Beberapa fitur yang sesuai dengan kebutuhan transaksi keuangan saya.
44	Karena tidak ada potongan biaya tiap bulannya
45	Karena tidak ada biaya bulanan
46	Karena bebas biaya bulanan
47	Karena mudah digunakan dan tidak ada biaya bulanan
48	Kenyamanan tabungan
49	Praktis
50	Mudah digunakan dan praktis
51	Transaksi lebih mudah
52	Memudahkan nasabah
53	Perlu
54	Memudahkan transaksi
55	Mudah digunakan
56	Tidak ada potongan admin
57	Karena sebagai kebutuhan saya dalam pengelolaan uang
58	Praktis dan tidak ada potongan biaya
59	Transaksi menjadi mudah, praktis, dan aman
60	Pelayanan memuaskan
61	Keamanan tabungan
62	Sangat lengkap untuk fitur dan mudah dipahami dalam aplikasinya
63	Keamanan tabungan
64	Tidak ada potongan biaya
65	tabungan jadi aman
66	Sangat praktis
67	Keamanan tabungan
68	Praktis

69	Memudahkan bertransaksi
70	Kenyamanan tabungan
71	mudah digunakan
72	Praktis dan simpel
73	Keamanan tabungan
74	Kenyamanan tabungan
75	Karena mudah digunakan
76	Karena mudah
77	Praktis dan mudah digunakan
78	Karena tidak ada potongan biaya jadi bisa menabung dengan aman dan nyaman
79	Keamanan tabungan
80	Memudahkan transaksi
81	Karena mudah di akses
82	Karena aman dan mudah
83	Mudah penggunaannya dan praktis
84	Karena tidak ada potongan biaya
85	Praktis dan efisien
86	Gampang
87	Supaya lebih produktif dan tidak perlu mengantri ke bank
88	Karena sangat mudah dan cepat
89	karena fiturnya lengkap
90	mudah dan praktis
91	praktis
92	simple
93	karena mudah di akses kapanpun dan dimanapun
94	karena mudah digunakan dan fiturnya lengkap
95	karena tidak ada potongan bulanan
96	praktis
97	karena mudah penggunaannya dan banyak manfaat jadi tidak perlu antri
98	mudah digunakan dan efisien
99	praktis
100	karena mudah digunakan dan aman

## Lampiran 4 Tabel

### 1. F tabel

$\alpha = 0,05$	df1=(k-1)							
df2=(n-k-1)	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44	199,50	215.70	224,58	230,16	233.98	236,76	238,88
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266

$\alpha = 0,05$	$df1=(k-1)$							
$df2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089

$\alpha = 0,05$	$df1=(k-1)$							
$df2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036

$\alpha = 0,05$	$df1=(k-1)$							
$df2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

2. t tabel

$df=(n-k)$	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030
36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021
41	1,683	2,020
42	1,682	2,018
43	1,681	2,017
44	1,680	2,015
45	1,679	2,014
46	1,679	2,013
47	1,678	2,012
48	1,677	2,011
49	1,677	2,010
df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984
100	1,660	1,983

3. tabel r untuk  $df = 1$

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850

df = (N- 2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

### Lampiran 5 Tabel Output SPSS

#### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 tahun	68	68.0	68.0	68.0
	31-40 tahun	17	17.0	17.0	85.0
	41-50 tahun	14	14.0	14.0	99.0
	> 50 tahun	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	34	34.0	34.0	34.0
	Karyawan	19	19.0	19.0	53.0
	Wirausaha	7	7.0	7.0	60.0
	IRT	18	18.0	18.0	78.0
	Lainnya	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

#### Domisili

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Purwokerto	43	43.0	43.0	43.0
	Banyumas	21	21.0	21.0	64.0
	Ajibarang	12	12.0	12.0	76.0
	Sokaraja	19	19.0	19.0	95.0
	Cilongok	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	39	39.0	39.0	39.0
	Perempuan	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 7 Hasil Uji Validitas**

1. Persepsi Kemudahan

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.599**	.519**	.509**	.438**	.506**	.518**	.388**	.462**	.198*	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.049	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.599**	1	.495**	.642**	.341**	.609**	.527**	.401**	.378**	.270**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.519**	.495**	1	.521**	.416**	.447**	.525**	.560**	.428**	.314**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.509**	.642**	.521**	1	.437**	.704**	.617**	.510**	.558**	.421**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.5	Pearson Correlation	.438**	.341**	.416**	.437**	1	.464**	.562**	.468**	.389**	.333**	.675**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X1.6	Pearson Correlation	.506**	.609**	.447**	.704**	.464**	1	.581**	.509**	.555**	.295**	.779**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X1.7	Pearson Correlation	.518**	.527**	.525**	.617**	.562**	.581**	1	.591**	.535**	.410**	.808**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X1.8	Pearson Correlation	.388**	.401**	.560**	.510**	.468**	.509**	.591**	1	.526**	.452**	.739**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X1.9	Pearson Correlation	.462**	.378**	.428**	.558**	.389**	.555**	.535**	.526**	1	.437**	.719**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X1.10	Pearson Correlation	.198*	.270**	.314**	.421**	.333**	.295**	.410**	.452**	.437**	1	.567**	
	Sig. (2-tailed)	.049	.007	.001	.000	.001	.003	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Total	Pearson Correlation	.714**	.729**	.717**	.814**	.675**	.779**	.808**	.739**	.719**	.567**	1	
	Sig. (2-tailed)	.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).

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

## 2. Persepsi Kegunaan

**Correlations**

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	.469**	.381**	.370**	.277**	.463**	.530**	.611**	.394**	.501**	.718**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.469**	1	.435**	.268**	.246*	.384**	.435**	.448**	.375**	.383**	.644**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.381**	.435**	1	.210*	.295**	.433**	.427**	.404**	.363**	.367**	.626**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.036	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.370**	.268**	.210*	1	.462**	.425**	.379**	.587**	.479**	.505**	.668**
Sig. (2-tailed)	.000	.007	.036		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.277**	.246*	.295**	.462**	1	.407**	.484**	.352**	.378**	.376**	.612**
Sig. (2-tailed)	.005	.014	.003	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.463**	.384**	.433**	.425**	.407**	1	.516**	.561**	.340**	.412**	.709**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7 Pearson Correlation	.530**	.435**	.427**	.379**	.484**	.516**	1	.586**	.429**	.505**	.768**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8 Pearson Correlation	.611**	.448**	.404**	.587**	.352**	.561**	.586**	1	.477**	.552**	.804**

	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
X2.9	Pearson Correlation	.394**	.375**	.363**	.479**	.378**	.340**	.429**	.477**	1	.448**	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.501**	.383**	.367**	.505**	.376**	.412**	.505**	.552**	.448**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.718**	.644**	.626**	.668**	.612**	.709**	.768**	.804**	.670**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.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).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

### 3. Ketersediaan Fitur

#### Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total	
X3.1	Pearson Correlation	1	.588**	.654**	.663**	.536**	.408**	.490**	.372**	.354**	.359**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.588**	1	.628**	.601**	.346**	.376**	.344**	.354**	.293**	.312**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.654**	.628**	1	.611**	.565**	.365**	.464**	.315**	.324**	.349**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X3.4	Pearson Correlation	.663**	.601**	.611**	1	.433**	.386**	.329**	.413**	.317**	.400**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.536**	.346**	.565**	.433**	1	.553**	.516**	.463**	.673**	.689**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.408**	.376**	.365**	.386**	.553**	1	.376**	.373**	.485**	.553**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.490**	.344**	.464**	.329**	.516**	.376**	1	.383**	.396**	.264**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.8	Pearson Correlation	.372**	.354**	.315**	.413**	.463**	.373**	.383**	1	.520**	.612**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.9	Pearson Correlation	.354**	.293**	.324**	.317**	.673**	.485**	.396**	.520**	1	.708**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.001	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.10	Pearson Correlation	.359**	.312**	.349**	.400**	.689**	.553**	.264**	.612**	.708**	1	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.758**	.678**	.736**	.723**	.809**	.689**	.634**	.668**	.710**	.736**	1
	Sig. (2-tailed)	.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. Literasi Keuangan

**Correlations**

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	Total
X4.1 Pearson Correlation	1	.540**	.606**	.368**	.561**	.380**	.334**	.500**	.468**	.344**	.742**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.2 Pearson Correlation	.540**	1	.417**	.330**	.467**	.069	.405**	.454**	.329**	.309**	.635**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.497	.000	.000	.001	.002	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.3 Pearson Correlation	.606**	.417**	1	.433**	.566**	.389**	.198*	.299**	.528**	.358**	.713**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.049	.003	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.4 Pearson Correlation	.368**	.330**	.433**	1	.461**	.243*	.407**	.353**	.315**	.365**	.629**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.015	.000	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.5 Pearson Correlation	.561**	.467**	.566**	.461**	1	.468**	.387**	.510**	.467**	.574**	.798**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.6 Pearson Correlation	.380**	.069	.389**	.243*	.468**	1	.353**	.401**	.323**	.396**	.576**
Sig. (2-tailed)	.000	.497	.000	.015	.000		.000	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.7 Pearson Correlation	.334**	.405**	.198*	.407**	.387**	.353**	1	.576**	.377**	.420**	.645**
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.049	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.8 Pearson Correlation	.500**	.454**	.299**	.353**	.510**	.401**	.576**	1	.395**	.437**	.708**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.9	Pearson Correlation	.468**	.329**	.528**	.315**	.467**	.323**	.377**	.395**	1	.495**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4.10	Pearson Correlation	.344**	.309**	.358**	.365**	.574**	.396**	.420**	.437**	.495**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.742**	.635**	.713**	.629**	.798**	.576**	.645**	.708**	.702**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.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).												
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

## 5. Keamanan

### Correlations

	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5.6	X5.7	X5.8	X5.9	X5.10	Total	
X5.1	Pearson Correlation	1	.458**	.374**	.438**	.333**	.135	.239*	.176	.202*	.274**	.551**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.180	.017	.079	.044	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.458**	1	.325**	.451**	.174	.183	.157	.186	.246*	.162	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.084	.068	.119	.064	.014	.107	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.374**	.325**	1	.421**	.414**	.339**	.479**	.343**	.337**	.169	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.001	.000	.000	.001	.094	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X5.4	Pearson Correlation	.438**	.451**	.421**	1	.604**	.503**	.480**	.515**	.592**	.465**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.333**	.174	.414**	.604**	1	.472**	.541**	.497**	.503**	.397**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.001	.084	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.6	Pearson Correlation	.135	.183	.339**	.503**	.472**	1	.543**	.483**	.547**	.469**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.180	.068	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.7	Pearson Correlation	.239*	.157	.479**	.480**	.541**	.543**	1	.641**	.602**	.541**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.017	.119	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.8	Pearson Correlation	.176	.186	.343**	.515**	.497**	.483**	.641**	1	.539**	.589**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.079	.064	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.9	Pearson Correlation	.202*	.246*	.337**	.592**	.503**	.547**	.602**	.539**	1	.510**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.044	.014	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5.10	Pearson Correlation	.274**	.162	.169	.465**	.397**	.469**	.541**	.589**	.510**	1	.671**
	Sig. (2-tailed)	.006	.107	.094	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.551**	.507**	.620**	.803**	.721**	.679**	.765**	.727**	.742**	.671**	1
	Sig. (2-tailed)	.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).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

## 6. Preferensi Konsumen

**Correlations**

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Total
Y.1 Pearson Correlation	1	.376**	.385**	.311**	.443**	.417**	.282**	.298**	.263**	.200*	.552**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000	.004	.003	.008	.046	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.2 Pearson Correlation	.376**	1	.414**	.306**	.326**	.374**	.384**	.463**	.331**	.441**	.613**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.3 Pearson Correlation	.385**	.414**	1	.531**	.620**	.505**	.527**	.358**	.408**	.439**	.720**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.4 Pearson Correlation	.311**	.306**	.531**	1	.652**	.522**	.582**	.540**	.448**	.599**	.752**
Sig. (2-tailed)	.002	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.5 Pearson Correlation	.443**	.326**	.620**	.652**	1	.619**	.566**	.564**	.588**	.661**	.830**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6 Pearson Correlation	.417**	.374**	.505**	.522**	.619**	1	.612**	.599**	.574**	.486**	.788**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7 Pearson Correlation	.282**	.384**	.527**	.582**	.566**	.612**	1	.548**	.638**	.502**	.774**
Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y.8	Pearson Correlation	.298**	.463**	.358**	.540**	.564**	.599**	.548**	1	.483**	.606**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.263**	.331**	.408**	.448**	.588**	.574**	.638**	.483**	1	.539**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.200*	.441**	.439**	.599**	.661**	.486**	.502**	.606**	.539**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.046	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.552**	.613**	.720**	.752**	.830**	.788**	.774**	.751**	.723**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.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).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

## Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Persepsi Kemudahan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	10

### 2. Persepsi Kegunaan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	10

3. Ketersediaan Fitur

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

4. Literasi Keuangan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.872	10

5. Keamanan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	10

**Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07235239
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.095
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.179

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07235239
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.095
	Negative	-.110
Kolmogorov-Smirnov Z		1.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.179
a. Test distribution is Normal.		

2. Uji Multikolinearitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.892	2.829		1.023	.309		
Persepsi Kemudahan	.111	.092	.120	1.203	.232	.318	3.149
Persepsi Kegunaan	-.015	.122	-.014	-.120	.905	.218	4.585
Fitur	.325	.132	.327	2.468	.015	.279	5.585
Literasi Keuangan	.207	.090	.207	2.296	.024	.388	2.579
Keamanan	.299	.105	.287	2.845	.005	.310	3.222
a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen							

### 3. Uji Heteroskedastisitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.549	1.824		-.301	.764
	Persepsi Kemudahan	-.040	.059	-.116	-.677	.500
	Persepsi Kegunaan	.192	.078	.507	2.446	.116
	Fitur	.070	.085	.190	.830	.409
	Literasi Keuangan	-.085	.058	-.228	-1.468	.145
	Keamanan	-.094	.068	-.240	-1.384	.170

a. Dependent Variable: Abs\_Res



### Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Hasil Analisis regresi Linear Berganda dan Uji T

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.892	2.829		1.023	.309
	Persepsi Kemudahan	.111	.092	.120	2.203	.032
	Persepsi Kegunaan	.015	.122	-.014	2.120	.015
	Fitur	.325	.132	.327	2.468	.018
	Literasi Keuangan	.207	.090	.207	2.296	.024
	Keamanan	.299	.105	.287	2.845	.005

a. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

## 2. Hasil Uji F

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1011.740	5	202.348	44.737	.000 <sup>a</sup>
	Residual	425.170	94	4.523		
	Total	1436.910	99			

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur

b. Dependent Variable: Preferensi Konsumen

## 3. Hasil Uji *Adjusted R Square*

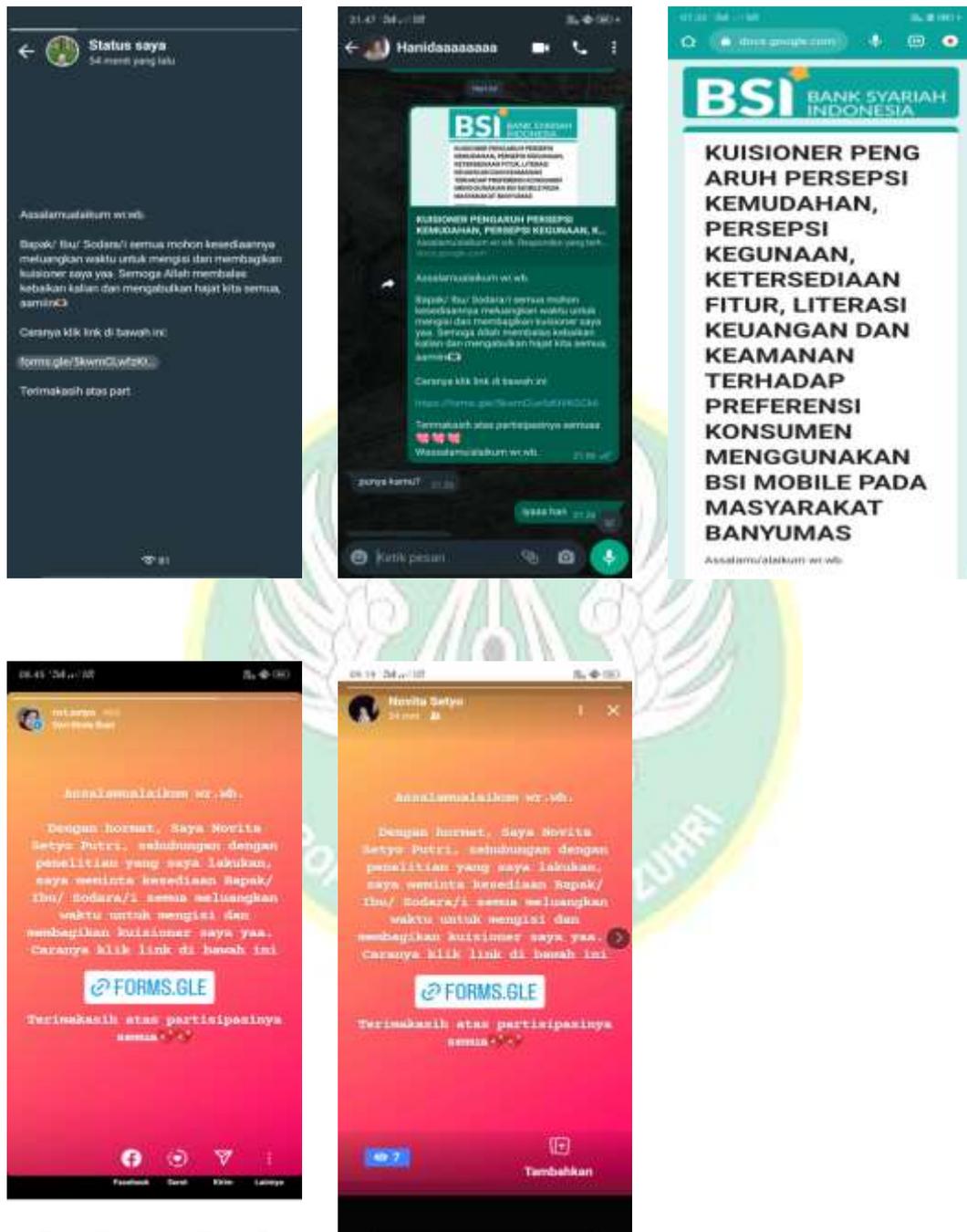
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.704	.688	2.127

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Literasi Keuangan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Fitur

## Lampiran 8 Dokumentasi

### PENYEBARAN KUISIONER



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Novita Setyo Putri
2. NIM : 1917202095
3. Tempat/Tgl. Lahir : Banjarnegara, 14 November 2001
4. Alamat Rumah : Desa Derik RT 005 RW 001, Susukan,  
Banjarnegara, Jawa Tengah
5. No. Hp : 085868154451
6. E-mail : [novitasetyo1@gmail.com](mailto:novitasetyo1@gmail.com)
7. Nama Orang Tua
  - Nama Ayah : Saryono
  - Nama Ibu : Satini

### B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
  - a. SD/MI : SD Negeri 1 Derik (2013)
  - b. SMP/MTS : SMP Negeri 1 Purwareja Klampok (2016)
  - c. SMA/MA : SMA Negeri 1 Purwareja Klampok (2019)
  - d. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri  
Purwokerto (S1 Dalam Proses)
2. Pendidikan Non Formal  
Pondok Pesantren Darul Fallah Purwokerto

### C. Pengalaman Organisasi

Komunitas Marketing Perbankan Syariah (KMPS) UIN Saizu Purwokerto

Purwokerto, 11 Oktober 2023



Novita Setyo Putri

NIM. 1917202095