

**ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN
PERSEPSI RESIKO YANG BERHUBUNGAN DENGAN
MINAT PENGGUNAN MOBILE BANKING PADA
GENERASI MILENIAL
(Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)**



IAIN PURWOKERTO

SKRIPSI

“Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)”



Oleh:

**Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Al Khonsa
NIM : 1617201115
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis faktor kegunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan mobile banking pada Generasi Milenial (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)

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

Purwokerto, 14 Desember 2020
Saya yang menyatakan,



Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115

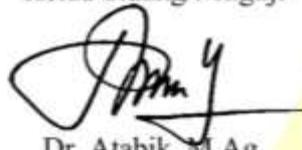
PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS FAKTOR KEGUNAAN, KEPERCAYAAN DAN PERSEPSI RESIKO
YANG BERHUBUNGAN DENGAN MINAT PENGGUNAAN
MOBILE BANKING PADA GENERASI MILENIAL
(STUDI KASUS MAHASISWA FEBI IAIAN PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudari **Nabila Al Khonsa NIM. 1617201115** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **14 Desember 2020** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji



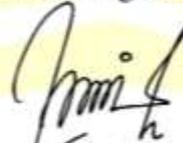
Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji



Akhris Fuadatis S, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

Pembimbing/Penguji



Siti Masumah, S.E., M.Si.
NIDN. 2010038303

IAIN PURWOKERTO

Purwokerto, 30 Desember 2020



Dekan / Mengesahkan

Dr. H. Jaganal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19530921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Purwokerto
Di-
Purwokerto

Assalamu'alaikumm Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Nabila Al Khonsa NIM. 1617201115 yang berjudul:

**Analisis faktor kegunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial
(Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 2 Desember 2020

Pembimbing,

IAIN PURWOKERTO


Siti Ma'asumah, M.Si.
NIDN 2010038303

MOTTO

“Hidup ini bukan untuk membalas yang buruk dengan yang buruk, tapi bagaimana kamu belajar untuk membalas yang buruk dengan yang baik.”

@Nabila Al Khonsa



**Analisis Faktor Kegunaan, Kepercayaan dan persepsi
Resiko yang Berhubungan dengan Minat penggunaan
Mobile Banking Pada Generasi Milenial
(Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)**

**Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115**

E-mail: nabilakhonsa0@gmail.com

**Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri Purwokerto**

ABSTRAK

Pengondisian teknologi informasi pada industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan lainnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor yang berhubungan dengan minat penggunaan *mobile banking* pada kalangan mahasiswa baik dari segi kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Sampel penelitian diambil menggunakan sampling teknik *non-probability sampling* dengan metode *Insidental Sampling* dengan jumlah 94 responden. Data diambil melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa. Instrumen uji yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Analisis data dilakukan melalui analisis korelasi rank spearman dengan alat bantu SPSS versi 16. Dengan hasil Uji pada Rank spearman menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kegunaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.234, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.023. Ada hubungan antara kepercayaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking*, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.213, menggunakan α sebesar (0.05) dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.040. Ada hubungan antara persepsi resiko dengan minat menggunakan *Mobile Banking*, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.159, menggunakan α sebesar (0.05) dengan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0.021.

Kata Kunci: Minat penggunaan, *Mobile Banking*, Generasi Milenial

**Analisis of usability Factors beliefs and Risk perceptions
Related to the Interest in Using Mobile Banking the
Millenial Generation
(Case Study at FEBI IAIN Purwokerto Students)**

**Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115**

E-mail: nabilakhonsa0@gmail.com

**Islamic Economics Department, Economics and Islamic Business Faculty
State Islamic Institute of Purwokerto**

ABSTRACT

Information technology conditioning in the banking industry is carried out to improve service to customers, Increasing information technology-based services in banking, including sms banking, internet banking, mobile banking and others. The purpose of this study was to determine factors related to the interest in using mobile banking among students. both in terms of usefulness, trustworthiness and risk perception.

This research uses quantitative research methods. This type of research is field research. The research sample was taken using non-probability sampling technique with incidental sampling method with a total of 94 respondents. The data were collected by distributing questionnaires to students. The test instrument used is the validity test and reliability test. Data analysis was carried out through spearman rank correlation analysis with SPSS version 16. Test results on Rank Spearman showed that there was a relationship between usability and interest in using Mobile Banking, indicated by a correlation coefficient value of 0.234, using α of 0.05 with a sig value. (2-tailed) of 0.023. There is a relationship between trust and interest in using Mobile Banking, with a correlation coefficient of 0.213, using α of (0.05) with a sig value. (2-tailed) of 0.040. There is a relationship between perceived risk and interest in using Mobile Banking, with a correlation coefficient of 0.159, using α of (0.05) with a sig value. (2-tailed) of 0.021.

Keywords: Interest in use, *Mobile Banking*, Milenial Generation

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

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

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	ze (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	Er
ز	Zai	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 di atas

غ	Gain	G	Ge
ف	fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	ha'	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	ya'	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbuṭah* di akhir kata bila dimatikan tulis *h

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

1. Bila diikuti dengan kata sandang "*al*" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliya'</i>
----------------	---------	---------------------------

2. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakāt al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

◌َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
◌ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	ā
	تنسى	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	Qaul

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أأنتم	Ditulis	a'antum
أعدت	Ditulis	u'iddat
تن شكرتم	Ditulis	la'in syakartum

Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
--------	---------	-----------------

الشمس

Ditulis

asy-Syams

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض

Ditulis

zawī al-furūd

اهل السنة

Ditulis

ahl as-Sunnah



IAIN PURWOKERTO

PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua tercinta, Bapak Kuswanto dan Ibu Trimiswati, yang selalu mencurahkan seluruh perhatian, cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, pengorbanan yang tak dapat tergantikan oleh apapun, serta doa terbaik yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu dengan Rahmat-Nya dan selalu diberikan kebahagiaan serta senantiasa dilindungi dan diberi kesehatan serta umur panjang.
2. Segenap keluarga besar Mbah Marto Wiharjo dan Mbah Muchidi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Yang selalu memberikan kasih sayang, cinta, harapan, motivasi dan semangat, serta do'a yang tiada henti. Semoga kita semua senantiasa mendapatkan Rahmat-Nya.
3. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah C angkatan 2016, yang selalu kebersamai di bangku perkuliahan.
4. Sahabat Javanese. Iggeenurzanah, Dyah Dwi Kartikaningrum, Laelatul Hikmah, Nabila Ayu Khairunnisa, Uci Oktaviani, Avita Margi Royani, Triskia Ayu Nabila, Aristia Eka Mukti Lestari, Hoerunni'mati sangadah yang selalu kebersamai dan memberi warna dalam setiap langkah perjalanan kuliah.
5. Kepada mba Ajeng, mas Apink dan Sahabat sejak kecil Anita Nur Afifah, Afon yang selalu memberikan dukungan, selalu mengingatkan mengerjakan skripsi, semangat dan do'a.
6. Semua pihak yang telah membantu, mendukung dan memberikan semangat serta do'a baiknya untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat, Hidayah dan Karunia-Nya kepada kita. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya, semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita menjadi ummat yang mendapatkan syafa'at Nabi SAW di hari Akhir.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
2. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
3. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
6. Dewi Laela Hiyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.
7. Siti Ma'sumah, M.Si., sebagai dosen pembimbing skripsi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, do'a, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Ibu.
8. Segenap Dosen, Staff Karyawan Administrasi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, khususnya dosen dan staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan

membantu dalam proses perkuliahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.

9. Keluarga, saudara, teman dan sahabat yang telah memberikan do'a, dorongan, semangat dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aamiin.

Purwokerto, 2 Desember 2020



Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
D. Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	
1. Perilaku Konsumen	10
2. Konsep Persepsi	11
3. TAM (<i>Technologi Acceptance Model</i>)	12
4. Kualitas Pelayanan	13
5. Keputusan Penggunaan	14
6. Pengertian Minat	15
7. Faktor yang Berhubungan.....	17
8. Layanan E-Banking	22
B. Kajian Pustaka	28

C. Kerangka Teori	32
D. Hipotesis	32
E. Landasan Teologis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Variabel dan Indikator	39
E. Pengumpulan Data Penelitian	41
F. Metode Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	46
B. Karakteristik Responden.....	50
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	51
D. Uji Normalitas	55
E. Uji Analisis Data	56
F. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Pustaka Penelitian Terdahulu	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia	51
Tabel 4.3 Validitas Variabel Kegunaan	52
Tabel 4.4 Validitas Variabel Kepercayaan	52
Tabel 4.5 Validitas Variabel Persepsi Resiko	53
Tabel 4.6 validitas Minat Mobile Banking	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Normlitas	55
Tabel 4.9 Hasil Korelasi Rank Spearman Hipotesis 1	56
Tabel 4.10 Hasil Korelasi Rank Spearman Hipotesis 2	57
Tabel 4.11 Hasil Korelasi Rank Spearman 3	58

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Alur Kerangka Berpikir	32
---	----



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengondisian teknologi informasi pada industri perbankan dilakukan untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah, Akhir akhir ini banyak sekali perubahan pada teknologi informasi, demikian juga dibidang telekomunikasi kebanyakan disebabkan adanya desakan dan dahsyatnya kompetisi didunia perbankan. Perkembangan ini semakin hari semakin pesat. Banyaknya pengguna internet di Indonesia tentu tidak dapat dipungkiri juga mendorong dunia bisnis untuk lebih maju dan berkembang. Internet menjadi media dalam melakukan transaksi penjualan dan pembelian. Selain itu internet menjadi media untuk mencari informasi dan bertukar informasi.

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Ini merupakan kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan Mobile Banking. Peningkatan pelayanan yang berbasis teknologi informasi pada perbankan antara lain *sms banking*, *internet banking*, *mobile banking* dan lainnya. Saat ini *mobile banking* menjadi prioritas dalam pengembangan. Proses transaksi *non-cash* bisa dilakukan dimana saja dan kapanpun dengan menggunakan *smartphone* dengan dihubungkan pada jaringan internet nasabah dapat melakukan transaksi perbankan dengan cepat. Terobosan aplikasi *mobile banking* ini diharapkan dapat meningkatkan pelayanan terhadap nasabah.

Mobile Banking merupakan suatu aplikasi yang mendukung nasabah dalam mewujudkan keinginannya untuk dapat melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Masuknya *mobile banking* dalam dunia perbankan ini memberikan dampak positif bagi konsumen (nasabah) dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. Konsumen (nasabah) tidak lagi harus melakukan transaksi perbankan dengan cara datang ke bank. Salah satu golongan nasabah yang harus di perhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah Generasi milenial. Generasi milenial merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat *mobile banking*, begitu juga dengan generasi milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto. Generasi milenial sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* (Fakhrurozi, 2018).

Menurut (Marzila, 2017) Setiap bank mempunyai akses yang sama atas teknologi yang ada, namun yang mampu memanfaatkannya dengan benar adalah mereka yang berhasil meraciknya kedalam sebuah konfigurasi yang efektif dan efisien, yang diimplementasikan dengan seksama, mendukung produk dan layanan yang praktis, bagus, serta dioperasikan dengan tepat guna. Selain untuk pemanfaatan informasi, media internet juga berfungsi sebagai alat bantu bagi perbankan dalam menjalankan aktivitas transaksi keuangan. Di Indonesia, internet sudah tidak asing lagi khususnya di dunia perbankan atau lebih dikenal dengan sebutan *e-banking* yaitu teknologi bank dengan menggunakan internet dalam melaksanakan transaksi antara nasabah dengan bank.

Hartono (2007) dalam penelitian Dewi dan Warmika (2016) mengemukakan bahwa meskipun kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasa nyaman dengan layanan yang sudah ada.

Berbicara mengenai *mobile banking* tentunya tidak lepas dari ketidakstabilan sistem baik dari segi keamanan yang sewaktu-waktu bisa error

sehingga mengakibatkan kehilangan data-data penting apalagi data yang terkait dengan transaksi keuangan. Hal inilah beberapa faktor pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan mobile banking tersebut.

Menurut Winastiti (2016) berdasarkan riset *Pew Research Center* karakteristik dari generasi *milenials* adalah *cashless*, generasi ini lebih suka tidak repot menggunakan uang tunai saat bertransaksi dan juga lebih mengerti teknologi dibandingkan dengan orang tua mereka. Sikap yang demikian membuat generasi milenial lebih berani mencoba dan mengadopsi teknologi baru, salah satunya *mobile banking*. Salah satu pasar potensial yang layak untuk dijadikan pertimbangan bank dalam menambah jumlah nasabah pengguna *mobile banking* adalah generasi *milenials*.

Menurut kusumaningtyas (2017), Karakteristik dari generasi milenial yang sadar dengan teknologi juga terlihat dari survey APJII yang menyatakan bahwa lebih dari 50% pengguna internet di Indonesia berada pada mereka yang rentang usianya termasuk generasi milenial. Mengingat karakter tersebut generasi milenial juga memberikan daya tarik tersendiri bagi industry perbankan, sehingga saat ini banyak bank berkompetisi melakukan inovasi untuk menggapai generasi milenial.

Salah satu golongan nasabah yang harus di perhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan *mobile banking* adalah mahasiswa, karena mereka termasuk golongan milenial. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat mobile banking, begitu juga dengan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. Salah satu golongan nasabah yang juga harus diperhatikan oleh pihak bank dalam penggunaan mobile banking adalah mahasiswa. Mahasiswa merupakan kalangan anak muda yang menjadi pengguna aktif perangkat mobile banking. Mahasiswa sebagai seorang nasabah memiliki berbagai faktor yang mempengaruhi minat menggunakan mobile banking. Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan mobile banking ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan

nasabah, begitu juga dengan faktor resiko dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank. Namun sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah kurang berminat menggunakan mobile banking. Selain itu tidak sedikit nasabah yang belum mau menggunakan layanan mobile banking karena merasa layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan (Fakhrurozi, 2018).

Menurut Ardi dan Ariani sebelum seseorang menggunakan suatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang antara tetap menggunakan atau tidak menggunakan, terdapat komponen utama mempengaruhi persepsi adalah dari seleksi, inter pretasi, pembulatan. Dalam penelitian tersebut menghasilkan 7 variabel terkait (independen) yang dijadikan hipotesis penelitian yaitu, ekspektasi kinerja (manfaat), ekspektasi waktu (kemudahan pengguna), pengaruh sosial (kawan, rekan kerja dan lain-lain), kondisi pemfasilitasan (pengetahuan dan sumber daya lainnya), persepsi keamanan, persepsi biaya, dan perilaku niat. Dari situ menyimpulkan terkait dengan kebutuhan dari seorang nasabah terhadap informasi yang dibutuhkan nasabah dan kepercayaan terhadap aplikasi mobile banking itu sendiri yang mempunyai resiko tersendiri terhadap jaringan internet dan kegagalan saat bertransaksi.

Syam (1999), menjelaskan bahwa pertimbangan perlu mendapat perhatian khusus dalam penerapan teknologi informasi. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi generasi milenial dalam menggunakan suatu teknologi yang baru dalam hal ini diantaranya persepsi-persepsi konsumen (nasabah) itu sendiri terhadap aplikasi *mobile banking*. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam menggunakan sebuah teknologi baru seperti layanan mobile banking, untuk dapat di pengaruhi oleh persepsi resiko, kepercayaan, kegunaan.

Davis (1986) mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. *Perceive ease of use* (EOU) dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana calon pengguna mengharapkan sistem target bebas dari usaha. Menurut TAM, kemudahan

penggunaan dan kegunaan yang dirasakan merupakan faktor penentu penggunaan sistem yang paling penting. Karena TAM ini merupakan salah satu pendekatan yang digunakan untuk melihat kemudahan suatu teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hanif et al (2017) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Technologi Acceptance Model (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi informasi (Hamzah,2009), Sedangkan menurut Jogiyanto (2007) dalam merupakan suatu model penerimaan system informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Dan berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Technologi Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pemakai menerima dan menggunakan system teknologi informasi.

Habibi (2015) mengenai minat penggunaan *mobile banking* syariah dengan variabel independen yaitu kepercayaan, kegunaan, kemudahan, dan kenyamanan juga menjelaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking* syariah, dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking* syariah. Penelitian juga dilakukan oleh Hanif et al (2017) mengenai analisis minat penggunaan *mobile banking* dengan pendekatan TAM yang telah dimodifikasi menjelaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut diyakini bahwa persepsi kegunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko sangat berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas Internet Banking. Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para

nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal seperti serangan hacker dan lain sebagainya (Fadhli dan Fachruddin, 2016).

Menurut Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian.

Menurut Aladwani (2010) berpendapat bahwa kepercayaan adalah kunci tantangan masa depan transaksi perbankan online. Karena transaksi tersebut tidak memiliki kehadiran fisik dari cabang fisik serta interaksi tatap muka antara personil bank dengan nasabah. Untuk mengatasi ketidakpastian dalam lingkungan transaksi mobile, kepercayaan membantu mengurangi penipuan dan resiko potensial dan meningkatkan kemungkinan pelanggan mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Hafid Nur et.al (2015) menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kepercayaan mampu meningkatkan minat nasabah secara keseluruhan untuk menerima internet banking adaption. Penelitian ini juga didukung oleh Selly Rahmawati (2013) menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

William dan page (2011), mengatakan bahwa setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi. Agar sebuah perusahaan harus memiliki strategi yang tepat. Sebelum melakukan strategi pemasaran harus pula di ketahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi minat menggunakan teknologi baru.

Menurut (Annur, 2019). Keinginan (minat) perilaku individual untuk menggunakan suatu sistem yang ditentukan oleh beberapa keyakinan, yaitu kegunaan, kepercayaan, persepsi resiko menjadi pertimbangan konsumen (nasabah) untuk menggunakan atau tidak layanan *mobile banking*. Menurut Ramdhani (2007), minat seseorang untuk melakukan sebuah tindakan atau

sebuah perilaku yaitu kecenderungan seseorang dalam memilih atau tidak melakukan atau melakukan suatu pekerjaan. Begitu juga dengan minat perilaku konsumen untuk menggunakan suatu produk merupakan informasi yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memperoleh pasar. Minat konsumen dalam mengambil suatu keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya sikap terhadap perilaku.

Setiap individu memiliki sifat dan perilaku yang berbeda-beda. Demikian pula saat individu itu menggunakan sebuah aplikasi *mobile banking*. Setiap individu memiliki persepsi masing-masing terhadap aplikasi *mobile banking*. Ada yang menyukai terobosan tersebut dan ada yang tidak menyukainya. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh kegunaan, kepercayaan, persepsi resiko terhadap minat penggunaan *mobile banking* pada generasi milenial di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.

Maka dari itu, peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis faktor kegunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko yang berhubungan dengan minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial (studi kasus: pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)”**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada hubungan faktor kegunaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial?
2. Apakah ada hubungan faktor kepercayaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial?
3. Apakah ada persepsi resiko dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan faktor kegunaan dengan minat menggunakan *mobile banking* pada generasi milenial
2. Untuk mengetahui hubungan faktor kepercayaan dengan minat menggunakan *mobile banking* pada generasi milenial
3. Untuk mengetahui hubungan faktor persepsi resiko dengan minat menggunakan *mobile banking* pada generasi milenial

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini diharapkan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi pedoman penggunaan sistem teknologi informasi *mobile banking* tersebut dengan benar. Bagi pihak bank, untuk mengetahui sudah efektifkah penerapan *mobile banking* yang dimilikinya dan perbaikan-perbaikan yang perlu diperbaiki.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto

Hasil penelitian ini semoga dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan IAIN Purwokerto khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan serta menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan dalam dunia nyata dilingkup pemasaran.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar analisis penelitian, kerangka teori, dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, obyek dan subyek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, variabel dan indikator penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat uraian tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian yang meliputi gambaran dan sejarah perusahaan, deskripsi objek, karakteristik responden, analisis data, pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V PENUTUP

Bab V yaitu bagian penutup pada bab ini diuraikan tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah di kaji dalam bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.



IAIN PURWOKERTO

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumen

Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang langsung terlibat dalam jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan. Terdapat dua elemen penting dari arti perilaku konsumen, yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan
- b. Kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa ekonomis terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, diantaranya yaitu faktor psikologis. Adapun faktor psikologis ini antara lain yaitu:
 - 1) Motivasi adalah suatu kebutuhan yang secara cukup dirangsang untuk membuat seseorang mencari kepuasan atas kebutuhannya,
 - 2) Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran yang berarti mengenai suatu hal,
 - 3) Pembelajaran adalah perubahan pada perilaku individu yang muncul dari pengalaman,
 - 4) Keyakinan adalah pemikiran deskriptif seseorang mengenai sesuatu, dan sikap menggambarkan penilaian, perasaan, dan kecenderungan yang relatif konsisten dari seseorang atas sebuah obyek atau gagasan.

Merujuk pada pendapat Hawkins dkk (2007) perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan,

dan menghentikan produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen itu mencakup bidang yang lebih luas, karena termasuk di dalamnya juga mempelajari dampak dari proses, dan aktivitas yang dilakukan konsumen ke konsumen lain maupun masyarakat (Tatik, 2008).

2. Konsep Persepsi

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti (kajianpustaka.com: 2012). Persepsi merupakan salah satu sektor yang mempengaruhi perilaku, pengalaman yang dihasilkan dari indra penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya (Suhir, Suyadi, dan Riyadi, 2014).

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan kesan yang dirasakan, diterima setelah maupun sebelum seseorang menggunakan sesuatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang antara tetap menggunakan atau tidak menggunakan. Komponen utama yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut (Ardi dan Aryani, tanpa tahun) :

- a. Seleksi, yaitu penyampaian oleh indra dari rangsangan atau kejadian dari luar, untuk dinilai dan diperkirakan terlebih dahulu agar hasilnya maksimal untuk diinterpretasikan.
- b. Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti.
- c. Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima.

Dalam penelitian tersebut terdapat 7 variabel terikat (independen) yang dijadikan hipotesis penelitian yaitu, ekspektasi kinerja (manfaat), ekspektasi usaha (kemudahan penggunaan), pengaruh sosial (kawan, rekan kerja, dan lain-lain), kondisi pemfasilitasi (pengetahuan dan

sumber daya lainnya), persepsi keamanan, persepsi biaya, dan perilaku niat. Memperoleh hasil bahwa yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan mobile banking hanya 3 faktor, yakni kegunaan, persepsi kepercayaan, dan persepsi resiko.

3. *Technologi Acceptance Model (TAM)*

Salah satu teori penggunaan system teknologi informasi yang dianggap berpengaruh dan sering digunakan dalam penelitian yang menjelaskan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi adalah *Technologi Acceptance Model (TAM)*. Teori TAM merupakan adaptasi dari teori besar Theory Reasoned Action (TRA) yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen pada tahun 1975.

a. Pengertian *Technologi Acceptance Model (TAM)*.

Technologi Acceptance Model (TAM) merupakan perilaku yang pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap penggunaan system teknologi informasi (Hamzah, 2009). Sedangkan menurut Jogiyanto (2007) dalam merupakan suatu model penerimaan system informasi yang akan digunakan oleh pemakai. Dan berbagai pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa *Technologi Acceptance Model (TAM)* adalah suatu model yang dibangun untuk menganalisis, memahami dan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seorang pemakai menerima dan menggunakan system teknologi informasi.

b. Tujuan *Technologi Acceptance Model (TAM)*

Technologi Acceptance Model (TAM) paling banyak digunakan dalam penelitian, karena TAM bertujuan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap suatu system informasi (Bankara dan Mumba, 2016). *Technologi Acceptance Model (TAM)* mempunyai tujuan untuk memberikan kerangka dasar untuk penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan penggunaan. TAM banyak digunakan untuk memprediksi tingkat akseptasi pemakai (*user acceptance*) dan pemakai berdasarkan persepsi terhadap

kemudahan penggunaan teknologi informasi dengan mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan TI.

c. Kelebihan *Technologi Acceptance Model*(TAM)

Menurut Jogiyanto (2008) teori ini memiliki beberapa kelebihan yaitu: TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak system teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainnya tidak mempunyai minat untuk menggunakannya. Tidak banyak model-model penerapan system teknologi informasi yang memasukan faktor psikologis atau perilaku (*behavior*) di dalam modelnya dan TAM adalah salah satu yang dipertimbangkan.

4. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut atribut pelayanan suatu perusahaan.

Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Kotler (2007) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan

apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

5. Keputusan penggunaan

Keputusan berarti memilih salah satu di antara banyak pilihan dari alternative yang ada. Pada umumnya keputusan atribut. Dalam rangka untuk memecahkan masalah atau persoalan (*problem solving*). Menurut Supranto (1998, h, 1-2) setiap keputusan yang akan dibuat pasti ada tujuan yang akan dicapai.

Inti dari keputusan yang dibuat adalah titik dalam perumusan berbagai alternative tindakan yang sesuai dengan yang sedang diperhatikan dan memilih dari berbagai macam alternatif yang tepat setelah melakukan evaluasi atau penilaian. Salah satu komponen yang terpenting dalam pengambilan keputusan adalah suatu kegiatan pengumpulan informasi dari mana suatu apresiasi mengenai situasi keputusan dapat dibuat.

Menurut Atmosudirdjo (1987), keputusan adalah suatu pengakhiran dari proses pemikiran tentang suatu problem atau masalah untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternative. Kamus Besar Bahasa Indonesia (2002, h.111) menggunakan adalah memakai, mengambil manfaatnya, atau melakukan sesuatu dengan membeli (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2002, h.32) adalah memperoleh sesuatu dengan menukar (membayar) dengan uang. Jasa adalah perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain, pelayanan, service. Jasa diartikan sebagai aktivitas, kemudahan, manfaat, dan sebagainya yang dapat dijual kepada orang lain (konsumen) yang menggunakan atau menikmatinya. Untuk menggunakan jasa berarti seseorang harus memberikan sejumlah uang kepada pihak jasa sebagai pembayaran atau jasa yang digunakan.

6. Pengertian Minat

Minat merupakan kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi (Wibowo, 2008). Kusumah (2009) mendefinisikan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan. Seseorang akan berminat menggunakannya apabila individu tersebut menilai sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya dan mendatangkan kepuasan. Menurut Muhibbin Syah (2010), secara sederhana, minat (*interest*) berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan yang besar terhadap sesuatu. Istilah minat merupakan terminologi aspek kepribadian untuk menggambarkan adanya kemauan, dorongan (*force*) yang timbul dari dalam diri individu untuk memilih objek lain yang sejenis. Minat untuk menggunakan diartikan sebagai keinginan individu untuk menggunakan kembali sesuatu yang sama apabila suatu waktu memerlukan kembali (Taylor dan Baker, 1994).

Minat perilaku *Behavioral intention to use* merupakan kecenderungan perilaku seseorang dalam melakukan teknologi. Minat perilaku dapat dilihat dari tingkat penggunaan teknologi sehingga dapat diprediksi dari sikap dan perhatiannya tersebut. Motivasi untuk tetap menggunakan teknologi tersebut (Anggraeni, 2019).

Suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Minat berhubungan dengan perilaku – perilaku atau tindakan – tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan – perubahan minat seseorang. Menurut Davis (1989) ada tiga item pertanyaan untuk mengukur minat penggunaan adalah Berminat terus menggunakan, akan menggunakan untuk transaksi terkait, Merekomendasikan kepada orang lain (Fakhrurozi, 2018).

Menurut Davis et.al (1989) menyebutkan bahwa minat perilaku didefinisikan sebagai seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu, minat perilaku adalah keinginan untuk melakukan perilaku.

Menurut Kotler minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk membeli dan dapat memiliki produk tersebut.

Menurut Komarudin Minat Nasabah adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Ada beberapa tahap dalam proses pengambilan keputusan yang umumnya dilakukan oleh seseorang yaitu pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen, Minat sebagai aspek kejiwaannya bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dan dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:

- a. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
- b. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
- c. Perbedaan hobi/kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
- d. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.

Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa. Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat dan kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”.

Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

7. Faktor yang berhubungan

a. Kegunaan

Kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Variabel kegunaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh. Indikator yang digunakan untuk variabel kegunaan sebagai berikut: menjadikan lebih mudah, berguna, menambah produktifitas, mengembangkan kinerja. Kegunaan juga didefinisikan sebagai tingkatan kepercayaan pengguna bahwa menggunakan teknologi atau sistem atau sistem tertentu. *Indicator* yang digunakan untuk variabel kegunaan tersebut: menjadikan lebih mudah, berguna, menambah produktifitas, mengembangkan kinerja.

Davis (1986) mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Menurut Rahadi (2007) dalam Rahmad, et al. (2017). Bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Demikian pengguna mempercayai bahwa hal tersebut lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*).

b. Kepercayaan

Kepercayaan adalah harapan bahwa orang lain memutuskan untuk dipercaya tidak akan berperilaku optimis dengan mengambil keputusan sebuah situasi. Menurut Mahardika dan Basuki (2011) dalam Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015) mendefinisikan kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Variabel kepercayaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris (2002). *Indicator* yang digunakan dalam variable kepercayaan tersebut : Dapat di percaya, Mengedepankan kepentingan nasabah, Menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi, Percaya informasi yang di berikan, Memperhatikan kondisi nasabah.

Menurut Ba dan Pavlou (2002) dalam Farizi (2014) mendefinisikan kepercayaan sebagai suatu penilaian hubungan dengan orang lain yang melakukan transaksi tertentu sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan yang penuh ketidakpastian. Dapat disimpulkan bahwa dalam hal penggunaan mobile banking merupakan harapan dan keyakinan pengguna layanan mobile banking memiliki kompetensi dan tidak akan berperilaku oportunistis.

Menurut Berry (2017), salah satu cara yang bagus untuk menarik kepercayaan konsumen adalah dengan menjalin hubungan yang baik antara konsumen dan perusahaan dengan berbagai trik yang interaktif, agar konsumen memiliki wawasan serta keyakinan bahwa produk yang dibelinya mampu memenuhi segala kebutuhan serta ekspektasinya tentang produk itu sendiri. Dalam Kotler dan Keller (2009), dijelaskan bahwa awal mula munculnya kepercayaan berasal dari ekspektasi yang dibentuk oleh konsumen berdasarkan berbagai sumber di sekitarnya, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan.

Secara umum, konsumen membandingkan jasa anggapan dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada di bawah jasa yang diharapkan, konsumen akan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga konsumen tidak hanya puas, tetapi terkejut dan sangat puas, karena mendapat pengalaman yang melebihi harapannya. Dari situlah, akan munculnya rasa percaya, bahwa perusahaan tersebut mampu memenuhi ekspektasinya. Selain itu, keberadaan kompetitor sendiri memang harus membuat perusahaan tidak hanya piawai dalam mengelola produk saja, tapi juga mengelola hubungan dengan konsumen, agar bisa meraih keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar konsumen bisa percaya dan mendapatkan kepuasan lebih dibanding kompetitor (Kotler dan Armstrong 2009).

Jika konsumen sudah percaya bahwa produk yang digunakan memenuhi kebutuhan dengan baik, maka ia akan menjadi konsumen loyal dan melakukan pembelian berulang-ulang. Untuk dapat mewujudkan hal tersebut, kepercayaan konsumen adalah salah satu hal yang penting yang bisa memastikan bahwa konsumen tersebut akan menjadi pengguna yang loyal, sehingga dapat mencegahnya untuk berpaling pada kompetitor.

McKnight et al (2002) menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun kepercayaan, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

- 1) *Benevolence* (niat baik) berarti seberapa besar seseorang percaya kepada produsen untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan produsen untuk melayani kepentingan konsumen.
- 2) *Integrity* (integritas) adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran produsen untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.
- 3) *Competence* (kompetensi) adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki produsen untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan produsen untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan produsen untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

c. Persepsi Resiko (*Perceived Risk*)

Persepsi diawali dengan pengamatan yang melalui proses hubungan melihat, mendengar, menyentuh, merasakan dan menerima sesuatu hal yang kemudian diseleksi, diorganisasi dan diinterpretasikan informasi yang diterimanya menjadi suatu gambaran yang memiliki arti (kajianpustaka.com: 2012). Persepsi merupakan salah satu sektor yang mempengaruhi perilaku, pengalaman yang dihasilkan dari indra penglihatan, pendengaran, penciuman, dan sebagainya (Suhir, Suyadi, dan Riyadi, 2014).

Risiko didefinisikan sebagai persepsi nasabah atas ketidakpastian dan konsekuensi yang akan dihadapi setelah melakukan aktivitas tertentu. Risiko berhubungan dengan sistem keamanan pada layanan mobile banking. Saat keamanan dalam sistem tersebut lemah, maka hal ini dapat membuat nasabah cemas dan ragu untuk

memberikan nomor rekening mereka dan informasi penting lainnya melalui sistem layanan mobile banking. Nasabah khawatir jika kerahasiaan nomor PIN diketahui oleh orang lain tanpa sepengetahuan mereka, sehingga menyebabkan rendahnya keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking tersebut.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan kesan yang dirasakan, diterima setelah maupun sebelum seseorang menggunakan sesuatu hal yang dapat mempengaruhi perilaku atau tindakan seseorang antara tetap menggunakan atau tidak menggunakan. Komponen utama yang mempengaruhi persepsi adalah sebagai berikut (Ardi dan Aryani, tanpa tahun) :

- 1) Seleksi, yaitu penyampaian oleh indra dari rangsangan atau kejadian dari luar, untuk dinilai dan diperkirakan terlebih dahulu agar hasilnya maksimal untuk diinterpretasikan.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti.
- 3) Pembulatan, yaitu penarikan kesimpulan dan tanggapan terhadap informasi yang diterima.

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi ataupun dengan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan risiko dari penggunaan tersebut. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat diketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya. Indikator yang digunakan pada variable persepsi resiko tersebut: Kemungkinan terjadinya risiko pencurian data, Kemungkinan terjadinya risiko penipuan, Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi.

d. *Generasi Milenial*

Menurut buku dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak yang berjudul “Statistik Gender Tematik”. Generasi Milenial adalah suatu konstruksi sosial yang didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam waktu rentang 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi, salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban komunikasi, media, dan teknologi digital.

Karakteristik *generasi milenial* yang sadar dengan teknologi juga pengguna internet di Indonesia berada pada mereka yang rentang usianya termasuk *generasi milenial*. Setiap kelompok *Generasi Milenial* ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi (Annur, 2019). *Indicator* dari generasi milenial sebagai berikut: kreatif, inovatif, mempunyai *passion* dan produktif.

8. Layanan E-Banking

Layanan *e-banking* meliputi *internet banking*, *mobile banking*, *sms banking*, dan *phone banking* (www.bi.go.id). Jenis transaksi yang ditawarkan dalam *e-banking* berbeda-beda pada setiap bank, namun secara garis besar jenis transaksi yang biasanya disediakan meliputi transaksi finansial dan non-finansial (www.bi.go.id) antara lain transfer uang, cek saldo, mengakses informasi, melakukan pembayaran, pembelian dan perubahan PIN (*Personal Identify Number*).

a. *Mobile Banking*

Di Indonesia *mobile banking* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, institusi-institusi perbankan

berusaha memberikan kepuasan pelayanan kepada para nasabahnya dengan memberikan fasilitas perbankan, berupa layanan mobile banking untuk melakukan transaksi atau bisnis. Penggunaan jaringan seluler untuk kepentingan transaksi komersial (*mobile commerce*) dinilai cukup aman, karena identitas pengguna lebih jelas, satu nomor ponsel hanya digunakan oleh satu orang. Maka mobile banking terlihat lebih sukses perkembangannya di Indonesia.

Penggunaan mobile banking dinilai menguntungkan bagi pihak bank dan juga nasabah. Semua transaksi menjadi lebih praktis, efektif serta efisien. kelebihan *m-banking* menggunakan jaringan pengamanan ganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Tetapi semakin banyak informasi pribadi yang harus diberikan dalam penggunaan m-banking, maka semakin tinggi kemungkinan nasabah untuk menolak menggunakan m-banking. Kondisi ini berakibat konsumen tidak dapat memaksimalkan manfaat dari penggunaan m-banking.

Rahardjo (2002) menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari mobile banking yaitu: Aplikasi mudah digunakan, Layanan dapat dijangkau dari mana saja, Murah, Aman dan Dapat diandalkan (reliable). Keunggulan mobile banking telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis. Bahaya tersebut 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.

Salah satu bentuk layanan yang dikembangkan oleh bank adalah layanan online banking. Online banking merupakan fasilitas transaksi

finansial secara online yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Menurut Wulandari (2017) mobile banking secara umum saat ini dapat digolongkan menjadi 3 golongan :

a) *Informational* (bersifat memberi informasi)

Di dalam sistem ini, hanya memuat informasi mengenai produk dan layanan-layanan yang dimiliki oleh suatu bank. Resiko dari sistem ini tergolong cukup rendah, karena sistem ini sama sekali tidak terhubung dengan server utama dan jaringan yang ada di bank, tetapi hanya terhubung dengan server hosting situs. Resiko yang mungkin terjadi ialah perubahan isi dari situs di internet (atau sering dikenal dengan istilah deface). Hal ini tidak membahayakan keseluruhan sistem dari bank tersebut, tetapi akan dapat mengacaukan informasi yang ada di situs bank yang bersangkutan.

b) *Communicative* (bersifat komunikatif)

Tipe yang kedua ini lebih bersifat interaktif dibandingkan dengan tipe yang pertama. Pada tipe sistem ini, dimungkinkan terjadinya interaksi antara konsumen (nasabah) dengan sistem yang ada di bank. Interaksi itu dapat berupa informasi saldo, laporan transaksi, perubahan data pribadi nasabah, maupun formulir-formulir keanggotaan layanan dari bank yang bersangkutan. Dilihat dari cara kerjanya, resiko dari sistem ini jelas lebih besar dibandingkan dengan yang pertama. Hal ini dikarenakan adanya hubungan antara nasabah dengan beberapa server di jaringan di bank. Untuk itu diperlukan pengawasan dan penjagaan lebih di sistem ini, untuk mencegah penyusup maupun program-program yang dapat merusak sistem seperti virus, trojan, dan lain-lain.

c) *Transactional* (dapat melakukan transaksi)

Tipe yang terakhir merupakan tipe yang paling lengkap dibandingkan dengan tipe-tipe yang lain, dan pada umumnya juga

memuat sistem pada dua tipe sebelumnya. Pada sistem di tipe yang ketiga ini, nasabah dimungkinkan untuk melakukan transaksi secara langsung. Karena sistem ini memiliki jalur langsung ke server utama dan jaringan yang ada di bank, maka resiko yang dimiliki sistem ini juga cukup besar, paling besar dibandingkan dengan dua tipe sebelumnya. Oleh sebab itu, kontrol yang ketat diperlukan di dalam sistem ini. Transaksi yang dapat dilakukan di sistem ini dapat meliputi akses langsung ke *account* di bank, seperti informasi saldo ataupun transaksi terakhir, pembayaran tagihan, transfer dana, isi ulang pulsa, dan lain-lain.

b. *Electronic Banking (E-Banking)*

Nasabah tidak harus datang ke bank atau ke ATM dalam melakukan transaksi perbankannya karena bank telah menyediakan layanan *electronic banking* untuk memenuhi tuntutan dan kebutuhan perbankan nasabah sebagai alternatif media dalam melakukan transaksi, kecuali untuk transaksi setoran dan tarikan uang tunai. *Elektronik banking* dapat diilustrasikan seperti: “Mejateller/customer service seolah-olah berpindah ke tempat nasabah, di mana nasabah pulalah sebagai teller/customer servicenya”, atau tangan teller/customer service berada di tangan nasabah (Chopipah, 2013).

Transaksi dapat dilakukan 24 jam sertareal time dimana saja dan kapan saja. Nasabah hanya bisa bertransaksi berdasarkan menu yang telah tersedia, diluar menu tersebut nasabah tidak bisa melakukan transaksi dan juga harus mempunyai jaringan data atau jaringan internet.

Mobile Banking adalah sebagai suatu layanan perbankan yang dapat diakses langsung oleh nasabah melalui ponsel. Layanan mobile banking ini dapat digunakan menggunakan menu yang sudah tersedia di *mobile banking*, menawarkan kemudahan bagi konsumen dalam hal transaksi maupun pembayaran uang (Annur, 2019). *Mobile Banking* menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari *mobile*

banking yaitu: aplikasi mudah digunakan, Layanan dapat dijangkau dari mana saja, murah, aman dan dapat diandalkan (*reliable*). Keunggulan *mobile banking* telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis. Bahaya tersebut 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, *Indicator* dari *mobile banking* tersebut: kemajuan teknologi, aplikasi yang mudah digunakan, layanan yang cepat.

c. Internet Banking

Menurut Bank Indonesia (2004), internet banking merupakan salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat dibedakan menjadi 3(tiga), yaitu *informational internet banking*, *communicative internet banking*, dan *transactional internet banking* Menurut Turban et al. (2002) dalam Narastuti (2011). Internet banking adalah sistem teknologi informasi perbankan dengan menggunakan jaringan internet untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi finansial, contohnya seperti pembayaran tagihan, mendapatkan pinjaman dari bank, atau melakukan transfer antar rekening

1) Layanan *Phone Banking*

Phone banking adalah layanan yang memungkinkan nasabah untuk mengakses informasi dan pelayanan perbankan non cash melalui telepon (www.bi.go.id). Kebanyakan pelayanan *phone banking* menggunakan mesin penjawab telepon otomatis dengan sistem *keypad response*.

2) Manfaat *Mobile Banking*

Mobile Banking kini telah tersebar ke seluruh dunia, tak hanya dinikmati oleh Negara peluncur sistem *Mobile Banking* saja, seluruh dunia pun telah menikmati kemudahan akses perbankan yang ditawarkan bank melalui *Mobile Banking* dimana saja melalui perangkat mobile seperti *Handphone*. Dengan adanya *Mobile Banking*, pihak bank berusaha mempermudah akses para nasabahnya dalam melakukan transaksi perbankan. Para nasabah bank tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan transaksi, cukup dengan menggunakan telepon seluler. Hampir semua bank di Indonesia telah menyediakan fasilitas *Mobile Banking*, baik berupa SIM toolkit (Menu Layanan Data) maupun SMS plain (SMS Manual) yang biasa dikenal dengan SMS Banking. SMS Banking merupakan sebuah fasilitas yang disediakan oleh bank untuk melakukan transaksi keuangan dan permintaan informasi keuangan seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya. Keunggulan *Mobile Banking* adalah dapat diakses oleh seluruh pengguna telepon seluler dengan tipe GSM. Dengan luasnya jangkauan signa GSM, layanan *Mobile Banking* tentu sangat memanjakan para nasabahnya. Namun untuk pengguna ponsel dengan tipe CDMA, belum semua operatornya menyediakan layanan *Mobile Banking*. Kemanfaatan penggunaan *Mobile Banking* bagi nasabah meliputi membuat pekerjaan lebih mudah, menambah produktivitas, mempertinggi efektivitas, dan mengembangkan kinerja pekerjaan. Kemanfaatan yang meningkatkan kinerja akan berdampak terhadap penggunaan teknologi (Novi, 2016).

d. Dampak Penggunaan *Mobile Banking*

Secara khusus penggunaan *Mobile Banking* berdampak positif bagi bank, nasabah dan operator telepon seluler. Dampaknya adalah:

1) Bank

Dampak yang diberikan Mobile Banking bagi bank adalah memberikan keuntungan bagi bank dimana bank mendapatkan lebih banyak lagi nasabah dan mendapatkan kepercayaan dari nasabah.

2) Nasabah

Untuk nasabah sendiri, mereka mendapatkan pelayanan yang lebih dari bank karena dengan adanya Mobile Banking akan semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

3) Operator Seluler

Untuk operator seluler mendapatkan konsumen yang aktif dalam penggunaan ponselnya yaitu menggunakan *Mobile Banking* akan memakan pulsa dan konsumen akan membeli lagi pulsa untuk melakukan transaksi Mobile Banking. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya (Hasibuan, 2008).

B. Kajian Pustaka

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penyusun dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Nisa Ayu Purwati "Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi minat nasabah dalam menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah(studi pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)"	1) Persepsi kemudahan melalui uji t menunjukkan secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. 2) Persepsi manfaat melalui uji t menunjukkan secara parsial persepsi manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah	Perbedaan terdapat pada pengujian analisis data, dan pada tempat penelitian

		<p>3) Pengaruh persepsi keamanan melalui uji t menunjukkan secara parsial persepsikeamanan berpengaruh positif namun tidak signifikanterhadap minat nasabah.</p> <p>4) Pengaruh persepsi melalui uji t menunjukkan persepsi resiko berpengaruh signifikanterhadap minat nasabah, semakin besar resiko padapenggunaan mobile banking, semakin menurun minatnasabahmenggunakannya.</p>	
2.	<p>Marwa Farida Annur “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan <i>Mobile Banking</i> pada <i>Generasi Milenial</i>“ (Studi pada pengguna Bank Syariah di Yogyakarta).</p>	<p>1) Persepsimanfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan mobile banking. Ini berarti bahwa berubahnya persepsi manfaat tidak mempengaruhi minat menggunakan mobile banking pada generasi milenial.</p> <p>2) Persepsikemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.</p> <p>3) Persepsi risiko privasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat untuk menggunakan mobile banking.</p> <p>4) Kepercayaan merek berpengaruh negative signifikan terhadap minat untuk menggunakan mobile banking</p>	<p>Perbedaan pada salah satu variable yang digunakan</p>
3.	<p>Akhmad Fakhurrozi “Faktor-faktor yang mempengaruhi minat</p>	<p>hasil dari minat nasabah dalam menggunakan mobile banking yang dipengaruhi oleh kegunaan, kemudahan, risiko,</p>	<p>Perbedaan pada subjek yang diteliti dan juga</p>

	menggunakan Mobile Banking pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta”	<p>dan kepercayaan (mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) setelah dilakukan pengujian hipotesis penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. 2) Kemudahan berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. 3) Risiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. 4) Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan mobile banking. <p>Keterbatasan</p>	hipotesis yang disimpulkan terhadap minat menggunakan mobile banking
4.	<p>Maria batista “Aanalisis Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking” (studi kasus nasabah Bank BCA di kota Palembang)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) secara parsial, hasil penelitian menyimpulkan bahwa kemudahan sikap berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking. 2) menyimpulkan bahwa kegunaan, kepercayaan, norma subjektif, tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah 3) secara stimultan menyimpulkan bahwa kemudahan, kegunaan, kepercayaan, sikap berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan internet banking 	Perbedaan pada variable sikap yang berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking

5.	Suci Anggraeni (2019) "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Nasabah menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabl Intervening (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KCP Muntilan)	<ol style="list-style-type: none"> 1) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan 2) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan. 3) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan. 4) Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan. 	Perbedaan pada dan objek yang di teliti dan difokuskan pada nasabah Bank
6.	Sherly, Rachmawati. (2013).Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun.Economics Journal, Vol. 2. No.2.	Persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.	Perbedaan pada dan objek yang di teliti dan difokuskan pada nasabah Bank
7.	Hadi, Syamsul dan Novi.(2015).Faktor-faktorYang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.Jurnal Ekonomi dan Pembangunan.	Menyatakan bahwa layanan mobile banking akan bermanfaat jika layanan tersebut mudah dimengerti serta mampu menjalin interaksi dengan penggunanya. Pengukuran kemanfaatan tersebut dilihat berdasarkan frekuensi penggunaan yang dijalankan. Maka dalam kaitannya dengan mobile banking,	Perbedaan penelitian pada objek penelitian

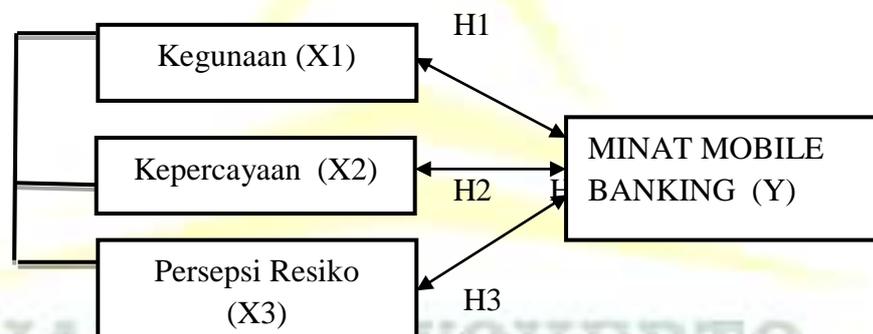
		apabila seseorang merasakan manfaat atas layanan mobile banking maka ia akan menggunakannya kembali layanan tersebut.	
--	--	---	--

C. Kerangka Berfikir

Untuk mengetahui masalah yang akan di bahas, perlu adanya kerangka penelitian yang bertujuan untuk menemukan, mengembangkan, dan menguji kebenaran dalam penelitian. Kerangka pemikiran yang digunakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1

Diagram Alur Kerangka Berpikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan tentang parameter suatu populasi (Atmaja, 2009). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2015). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hubungan faktor kegunaan dengan minat Generasi Milenial menggunakan Mobile banking

Davis (1986) mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Menurut Rahadi (2007) dalam Rahmad, et al. (2017). Bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Demikian pengguna mempercayai bahwa hal tersebut lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (*ease of use*).

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan persepsi kegunaan yaitu sikap suatu individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat meningkatkan kinerjanya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Farizi (2014) menunjukkan bahwa konstruk persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan mobile banking tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Hanif et al (2017) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan mobile banking. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1: Faktor Kegunaan berhubungan dengan minat Generasi Milenial menggunakan *Mobile banking*.

2. Hubungan Faktor Kepercayaan berhubungan dengan minat Generasi Milenial menggunakan *Mobile banking*.

Menurut Aladwani (2010) berpendapat bahwa kepercayaan adalah kunci tantangan masa depan transaksi perbankan online. Karena transaksi tersebut tidak memiliki kehadiran fisik dari cabang fisik serta interaksi tatap muka antara personil bank dengan nasabah. Untuk mengatasi ketidakpastian dalam lingkungan transaksi mobile, kepercayaan membantu mengurangi penipuan dan resiko potensial dan meningkatkan kemungkinan pelanggan mengadopsi atau menggunakan *mobile banking*.

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

Penelitian yang dilakukan oleh Hafid Nur et.al (2015) menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kepercayaan mampu meningkatkan minat nasabah secara keseluruhan untuk menerima internet banking adaption. Penelitian ini juga didukung oleh Selly Rahmawati (2013) menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*. Berdasarkan studi yang telah diuraikan tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Faktor Kepercayaan berhubungan dengan terhadap minat Generasi Milenial menggunakan *Mobile banking*

3. Hubungan Faktor Persepsi Resiko berhubungan dengan minat Generasi Milenial menggunakan *Mobile banking*.

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi ataupun dengan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan Risiko dari penggunaan tersebut. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat di ketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya.

Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan persepsi kemudahan yaitu sikap suatu individu terhadap kepercayaannya dalam penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat memudahkan individu tersebut dalam melakukan transaksi seperti pembelian ataupun pembayaran melalui mobile banking. Kemudian dikaitkan dari Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat di ketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya.

Penelitian dari Nisa Ayu Purwati (2018) dalam skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang memengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)” hasil dari analisis Persepsi resiko bernilai -0,351 yang berarti jika resikonya meningkat 1% maka minat nasabah menurun hingga 35,1%. Jikadilihat dari tingkat signifikansinya $0,026 < 0,05$ berarti persepsiresiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Semakin tinggi resiko dari penggunaan suatu sistem, semakin sedikit minat seseorang untuk menggunakan sistem tersebut (Nisa Ayu, 2018).

H3: Faktor persepsi Resiko berhubungan dengan *negative* terhadap minat Generasi Milenial menggunakan *Mobile banking*.

E. Landasan Teologis

Dukungan islam terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat diyakini adanya. Terbukti dari sejarahnya ulama-ulama terkemuka pada abad ke-9 dan ke-10 seperti Al-khawarizmi ahli matematika, Abbas Qasim ibnu Firnas konseptor ahli pesawat terbang, Jabir bin Hayyan sebagai bapak kimia, dan para ulama-ulama lainnya. Teknologi informasi diciptakan dengan tujuan mempermudah urusan manusia, Allah SWT berfirman dalam al-Qur'an surah Al-Baqarah (2) ayat 185:

..... يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

“..... Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu.....”

وَيُسِّرْكَ لِلْيُسْرَى (٨)

“ dan Kami akan memberi taufiq ke jalan yang mudah” (Q.S. al-A'la (87): 8)

Dari ayat tersebut, bank syariah hadir dengan produk dan jasa yang ditawarkan berbasis syariah, tak terkecuali sistem teknologi informasi (mobile banking) yang sesuai syariah.

Minat Nasabah Dalam Konsep Syariah Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan. Sedangkan nasabah merupakan konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi barang ataupun jasa.

Dengan demikian, pengertian minat atau keinginan adalah “hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik, tetapi mempengaruhi keinginan manusia”. Dalam kamus bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai “keinginan yang kuat dan kecenderungan hati yang sangat tinggi terhadap sesuatu”. Menurut Bimo Walgito menyatakan bahwa minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan

keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”. Minat merupakan keinginan individu untuk melakukan perilaku tertentu sebelum perilaku tersebut dilaksanakan. Adanya minat untuk melakukan suatu tindakan akan menentukan apakah kegiatan tersebut akhirnya akan dilakukan.

Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat/minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan norma yang dihubungkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat An-Najm ayat 39-40:11

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ

“Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)”.

IAIN PURWOKERTO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang akan penulis lakukan adalah penelitian Kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan *statistic* (Sugiyono, 2015).

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto yang beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 40A Purwokerto. Penelitian ini dilakukan di Purwokerto. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2020.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Semua Generasi Milenial yang menggunakan *Mobile Banking* Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI dari semester 2,4,6 dan 8 yaitu sebanyak 1571 mahasiswa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini diambil dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2015). Kita bisa menentukan ukuran atau jumlah sample dengan formula yang dikembangkan oleh Slovin dengan margin error yang diperkenankan berkisar antara 5% atau 10%. Slovin dalam Sevila menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dengan rumus: (Amirulloh, 2013).

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan

Sesuai dengan tabel populasi di atas yaitu sebanyak 1571 mahasiswa. Maka, sampel pada penelitian ini dengan batas kesalahan ditaksir sebesar 10% sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ &= \frac{1571}{1+1571(0,1)^2} \\ &= 94,01 \text{ dibulatkan menjadi } 94 \text{ mahasiswa} \end{aligned}$$

Berdasarkan proporsi sampel di atas, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 94 mahasiswa.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

- a. Variabel independen Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, rediktor atau *antecedent* yang dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel bebas dalam bahasa Indonesia. Dalam penelitian ini variabel independen adalah yang diberi simbol X. Dimana didalam Variabel x terdapat 3 sub pokok yaitu kegunaan diberi simbol x_1 , kepercayaan diberi simbol x_2 , dan resiko diberi simbol x_3 .
- b. Variabel dependen Variabel ini disebut sebagai variabel output, kriteria dan konsekuen atau sering disebut variabel terikat dalam bahasa Indonesia. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel akibat yang disebabkan oleh variabel bebas sebagai variabel penyebab. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah “minat menggunakan mobile banking” yang diberi simbol Y.

2. Indikator Penelitian

a. Kegunaan

Kegunaan (*usefulness*) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya (Davis, 1989). Variabel kegunaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris (2002). Indikator yang digunakan untuk variable kegunaan sebagai berikut: menjadikan lebih mudah, berguna, menambah produktifitas, mengembangkan kinerja.

b. Kepercayaan

Menurut Mahardika dan Basuki (2011) dalam Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015) mendefinisikan kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Variabel kepercayaan diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Koufaris (2002). *Indicator* yang digunakan dalam variable kepercayaan tersebut : Dapat di percaya, Mengedepankan kepentingan nasabah, Menjaga nama baik dan berkomitmen tinggi, Percaya informasi yang di berikan, Memperhatikan kondisi nasabah.

c. Persepsi Resiko (*Perceived Risk*)

Persepsi resiko dapat diartikan sebagai persepsi ataupun pandangan subyektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif yang mungkin terjadi dari penggunaan suatu sistem tertentu. Sebelum menggunakan suatu teknologi seseorang tentu akan mempertimbangkan Risiko dari penggunaan tersebut. Persepsi risiko mempengaruhi tingkat kepercayaan, dapat di ketahui semakin besar persepsi risiko dari nasabah maka semakin kecil tingkat kepercayaan nasabah, begitu juga sebaliknya. Indikator yang digunakan pada variable persepsi resiko tersebut: Kemungkinan terjadinya risiko

pencurian data, Kemungkinan terjadinya risiko penipuan, Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi.

d. Minat menggunakan *Mobile Banking*

Adalah suatu keinginan atau minat seseorang untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu perilaku (*behavioral*) jika mempunyai keinginan atau minat (*behavioral intention*) untuk melakukannya. Minat berhubungan dengan perilaku – perilaku atau tindakan – tindakan, akan tetapi minat dapat berubah menurut waktu, semakin lebar interval waktu, semakin dimungkinkan terjadi perubahan – perubahan minat seseorang. Menurut Davis (1989) ada tiga item pertanyaan untuk mengukur minat penggunaan adalah Berminat terus menggunakan, Akan menggunakan untuk transaksi terkait, Merekomendasikan kepada orang lain (Fakhrurozi, 2018).

E. Pengumpulan Data Penelitian

1. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial. Sedangkan objek penelitian adalah minat penggunaan *Mobile Banking*.

2. Jenis dan Sumber Data

Data yang akan dalam penelitian ini menggunakan dua jenis dan sumber data sebagai berikut:

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung oleh si pengguna dari objek yang diteliti. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan Generasi milenial yang menggunakan *Mobile Banking* dan hasil pengisian kuisisioner oleh konsumen yang menggunakan Aplikasi *Mobile Banking*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan tidak langsung dari obyeknya, tetapi dikumpulkan dari sumber lain seperti majalah, koran, publikasi dan penerbitan resmi. Data sekunder dalam penelitian

ini adalah data yang dikutip dari *website* dan juga data-data kepustakaan seperti buku-buku dan jurnal ilmiah (Rudiansyah, 2013).

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penelitian tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan Observasi (pengamatan), kuisisioner (angket). Dokumentasi dan gabungan keempatnya (Sugiyono, 2015). Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, maka penyusun akan menggunakan teknik:

a. Kuisisioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015). Kuisisioner ditujukan kepada konsumen pengguna *Mobile Banking*.

Dari setiap jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai dengan 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	diberi skor 5
Setuju (S)	diberi skor 4
Ragu-ragu (R)	diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skor 1

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan kepada subjek penelitian (Soehartono, 2000).

c. Observasi

Observasi adalah seluruh kegiatan pengamatan terhadap suatu objek lain. Seperti ciri-ciri, motivasi, perasaan-perasaan dan itikad orang lain (Rangkuti, 1997).

F. Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data yang terkumpul. Dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2015).

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument penelitian. Pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrument dalam menjalankan fungsi. Instrument dikatakan valid jika instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Untuk hasil uji validitas tidak berlaku secara universal. Uji validitas terlebih dahulu dengan tujuan untuk mengetahui kualitas instrument terhadap objek yang akan diteliti lebih lanjut (Santoso, 2003). Uji validitas dapat menggunakan korelasi Pearson (r). Koefisien korelasi yang diperbolehkan setelah uji dengan uji t hasilnya bermakna, berarti instrumen tersebut valid.

Uji validitas ini membandingkan nilai masing-masing item pertanyaan dengan nilai total. Variabel melebihi nilai signifikansi maka pertanyaan tersebut tidak valid. Menurut Ancok, langkah-langkah menguji validitas instrument penelitian dengan menggunakan teknik analisis butir adalah sebagai berikut:

- 1) Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- 2) Melakukan uji coba atas instrument yang telah disusun pada sejumlah responden.
- 3) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 4) Menghitung korelasi antara masing-masing pernyataan dengan skor total.

- 5) Menguji taraf signifikansi item-item pernyataan yakni untuk menentukan valid tidaknya item-item pernyataan tersebut.

Cara yang digunakan adalah membandingkan koefisien korelasi setiap butir dengan skor total ($n-2$; $\alpha : 0,05$). Korelasi antara butir dengan skor total harus positif dan peluang ralat p dari korelasi tersebut atau alfa maksimal 5%. Jika korelasi setiap butir dengan skor total lebih besar dibandingkan dengan ($n-2$; $\alpha : 0,05$) maka item tersebut dinyatakan valid begitu juga sebaliknya (Alizar Isna, 2013).

b. Uji Reliabilitas

Adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan yang untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten (Slamet riyanto, 2020). Uji ini dilakukan untuk melihat seberapa skor-skor yang diperoleh seseorang itu akan menjadi sama jika orang itu di periksa ulang dengan tes yang sama pada kesempatan berbeda. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha $>0,60$ (Hendryadi, 2015).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Kolmogorov Adalah pengujian normalitas yang banyak dipakai, terutama setelah adanya banyak program statistic yang beredar. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi antara satu pengamat dan pengamat lainnya, yang sering terjadi pada uji normalitas dengan menggunakan grafik. Konsep dasar uji kolmogorov smirnov dengan membandingkan distribusi data (yang diuji normalitasnya), dengan distribusi normal baku.

Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *Z-score* dan diasumsikan normal (sahab, 2018). Pengujian kolmogorov smirnow masih digunakan untuk sampel data yang berukuran lebih dari 2000 sampel, sehingga disarankan untuk menggunakan uji kolmogorov smirnov untuk data diatas 50 sampel ($20 \leq N \leq 1000$). Dalam

pengujian, suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih dari 0.05 (sig.>0.05).

3. Uji Analisis Data

Korelasi Rank Spearman mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi antara 2 variabel (hubungan *bivariate*) di mana kedua variable yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang (*ranking*). Teknik statistika ini dalam statistika nonparametric. *Korelasi Rank Spearman* juga bisa digunakan untuk mengukur asosiasi antara 2 variabel yang berskala ordinal, dimana sumber data kedua variable yang dikorelasikan bisa berasal dari sumber yang tidak sama dan tidak harus membentuk distribusi normal (Isna & Warty, 2013).

Analisis korelasi adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan dua variable. Variable ini terdiri dari variable bebas dan tergantung. Besarnya hubungan berkisar anatara 0-1. Jika mendekati angka 1 berarti hubungan kedua variable semakin kuat, demikian juga sebaliknya jika mendekati 0 berarti hubungan kedua variable semakin lemah.

Korelasi dapat menghasilkan angka positif (+) dan negative (-). Jika angka korelasi positif berarti hubungan bersifat searah. Searah artinya jika variable bebas besar, variable tergantung semakin besar. Jika menghasilkan angka negatif maka berarti hubungan bersifat tidak searah. Tidak searah artinya jika nilai variable bebas besar, variable tergantung semakin kecil (Bimo, 2010).

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H_0 : Tidak ada hubungan terhadap minat penggunaan mobile banking pada generasi milenial.

H_{a1} : ada hubungan terhadap minat penggunaan mobile banking pada generasi milenial.

BAB IV

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Paparan sejarah keberadaan kampus perguruan tinggi yang sekarang menjadi IAIN Purwokerto ini menunjukkan bahwa kampus ini memiliki perjalanan yang sudah cukup panjang, berdiri sejak tahun 1962 atas inisiatif dan dukungan yang sangat besar dari tokoh masyarakat yang berasal dari kalangan yang beragam. Dukungan tersebut sampai sekarang terus bertambah besarsejalan dengan dinamika perkembangan masyarakat Purwokerto dan sekitarnya.

Keniscayaan perubahan status kelembagaan kampus ini dari bentuknya sebagai Sekolah Tinggi menjadi Institut tidak hanya didasarkan pada tilikan regulasi pendidikan tinggi yang berlaku di Indonesia, akan tetapi didasarkan pula pada dinamika akademis Kajian Islam (*Islamic Studies*) dan diversifikasi fungsi sosial yang terejawantah dalam diversifikasi profesi yang dibutuhkan dalam rangka mengikuti perkembangan dinamika sosial yang sangat cepat, termasuk dalam bidang kehidupan yang terkait dengan agama.

Berbagai hasil pencermatan sebagaimana yang diutarakan itulah yang kemudian mengantarkan kami pada kesimpulan bahwa perubahan status atau pengembangan bentuk kelembagaan dari STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto merupakan sebuah keniscayaan.

Dalam perspektif historis, pembedangan ilmu agama di Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) tidak lepas dari maksud dan tujuan awal didirikannya lembaga tersebut. Dalam Peraturan Presiden No. 11 tahun 1960, pasal 2 disebutkan bahwa “Institut Agama Islam Negeri (IAIN) bermaksud untuk memberi pengajaran tinggi dan menjadi pusat untuk mengembangkan dan memperdalam ilmu pengetahuan agama”. Pasal ini

seterusnya menyatakan bahwa arah pengembangan PTAI dapat diarahkan pertumbuhannya ke arah Universitas Al-Azhar Mesir.

Berdasarkan pernyataan di atas maka tampak bahwa IAIN sejak awal di desain untuk mengikuti pola Universitas Al-Azhar Mesir. Bahkan untuk mempersamakan IAIN dengan Universitas Al-Azhar hampir semua nama fakultas di lingkungan IAIN menggunakan bahasa Arab, sama seperti nama fakultas pada Universitas Al-Azhar.

Rancang bangun keilmuan yang ada di IAIN yang kemudian dituangkan dalam kurikulum yang lebih berorientasi pada penguasaan materi (*maddah*) yang berporos pada cabang keilmuan yang sudah mapan seperti Tafsir al-Qur'an *wa ulumuhu*, *al-Hadits wa ulumuhu*, *al-Fiqh wa ushuluhu*, ilmu Tasaawuf dan ilmu Kalam. Pendekatan pembelajaran yang digunakan masih didominasi dengan pendekatan doktriner dengan mengedepankan aspek hafalan dan kering dari analisis-kritis. Faktor inilah yang antara lain menyebabkan kajian-kajian keislaman tidak berkembang dan selalu kehilangan relevansinya dengan arus modernitas dengan kecanggihan ilmu dan teknologi.

Pada saat yang bersamaan, transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi di negara-negara berkembang ternyata memunculkan problem baru dalam dunia pendidikan. Salah satu kekhawatiran manusia yang paling puncak di abad mutakhir ini adalah hancurnya rasa kemanusiaan manusia dan hilangnya semangat religius dalam segala aktifitas kehidupannya.

Dalam situasiseperti ini, transformasi nilai-nilai etika ilahiyah melalui lembaga pendidikan memegang peranan yang signifikan dalam ikut meluruskan penyimpangan-penyimpangan akibat eksese negatif IPTEK.

Orientasi dasar dari pendidikan yang berbasis agama adalah upaya memanusiaikan manusia dengan menekankan harmonisasi hubungan, baik dengan sesama manusia maupun dengan lingkungan alamnya, yang ditopang dengan nilai-nilai ilahiyah.

Pendidikan berwawasan kemanusiaan berarti bahwa pendidikan harus memandang manusia sebagai subjek pendidikan bukan sebaliknya menjadi objek. Oleh karena itu pendidikan dimaksudkan sebagai upaya memperkenalkan manusia akan eksistensi dirinya, baik sebagai diri pribadi yang memiliki *'hurriyatul iradah'* maupun sebagai hamba Allah yang terikat oleh hukum normatif/syari'ah.

Lembaga pendidikan tinggi Islam pada umumnya masih mengikuti platform keilmuan Islam klasik yang didominasi oleh *'ulum al-syar'iyah*. Memasuki periode modern, tradisi itu mengalami kesenjangan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah sangat kuat mempengaruhi umat manusia hingga kini.

Kesenjangan itu telah menghadapkan dunia pendidikan tinggi Islam menghadapi tiga situasi buruk : pertama, lahirnya dikhotomi yang berkepanjangan antara ilmu agama dan ilmu umum ; kedua, keterasingan pengajaran ilmu-ilmu agama dari realitas kemodernan ; dan ketiga, menjauhnya kemajuan ilmu pengetahuan dengan nilai-nilai agama.

Merespon ketiga situasi tersebut, di antara para sarjana muslim modern ada yang mengusulkan perlunya usaha pemaduan ilmu-ilmu agama dengan ilmu-ilmu modern. Terkait dengan permasalahan di atas, PTAI di Indonesia juga memberikan respon yang masih agak lambat dengan melakukan sejumlah langkah perubahan dan pembenahan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu Fakultas yang dimiliki IAIN Purwokerto, di samping Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Syari'ah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi serta Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora. Hal ini terjadi setelah terjadi proses transformasi STAIN Purwokerto menjadi IAIN Purwokerto ditandai dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 139 Tahun 2014 tanggal 17 Oktober 2014, kemudian seremonial peresmian transformasi institusi tanggal 19 Desember 2014 diresmikan oleh Presiden Jokowi di Istana Negara Jakarta dilanjutkan dengan Launching IAIN Purwokerto dihadiri Menteri Agama Republik Indonesia

H. Lukman Hakim Saifuddin pada tanggal 26 Mei 2015 dibuktikan dengan penandatanganan prasasti peresmian gedung rektorat IAIN Purwokerto sebagai lambang pusat tata kelola institusi. Pada proses transformasi ini IAIN Purwokerto terdapat lima fakultas penyangga institusi yaitu Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Kependidikan, Fakultas Dakwah dan komunikasi Islam, Fakultas Syari'ah dan Hukum Islam, Fakultas Ushuludin, Adab dan Humaniora, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki jurusan Ekonomi Syari'ah, Perbankan Syari'ah untuk strata satu dan untuk program Manajemen Perbankan Syari'ah merupakan program Diploma tiga. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki tanggungjawab untuk menerjemahkan ilmu keislaman dan sosial pada tatanan praktis (humanisasi ilmu-ilmu Keislaman). Hal ini mendorong Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membenahi *soft skill* mahasiswanya dengan melakukan upaya sistematis praktis dan integralistis melalui penguasaan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritis dan praktis. Hal ini bertujuan untuk memberikan kontribusi pemikiran serta mampu memberikan *problem solving* pada permasalahan ekonomi, sosial dan kemasyarakatan.

Pendirian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak dapat dilepaskan dari pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi yang berbasis syari'ah seperti perbankan syari'ah, asuransi syari'ah (*takaful*), lembaga keuangan mikro syariah, perhotelan, dan bisnis lainnya yang pengelolaannya dilakukan secara syari'ah. Industri perbankan syariah yang ditargetkan mencapai market *share* lima persen membuat pengembangan pendidikan Ekonomi Islam harus selaras dengan kebutuhan masyarakat. Target tersebut harus didukung pula oleh Sumber Daya Manusia yang berkualitas, sehingga diperlukan banyak penambahan SDM baru.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat ajang *intellectual exercise* dan berusaha berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan yang bisa diakses secara luas oleh masyarakat dengan menerbitkan jurnal El-Jizya

yang memfokuskan kajian pada bidang ekonomi syari'ah dan perbankan syari'ah. Lahirnya jurnal tersebut, diharapkan menjadi eksplorasi bagi sivitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto sehingga keunggulan intelektual mampu menjadi *agen of change*.

2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

a. Visi

Unggul, Mandiri, dan Berbudi Luhur

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam yang unggul, profesional dan pelayanan prima;
- 2) Menjadikan riset center dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam;
- 3) Menyelenggarakan Pengabdian pada masyarakat melalui program kemitraan dan kerjasama;
- 4) Mencetak lulusan yang mandiri dengan bekal ilmu pengetahuan, *hard skill* dan *soft skill*;
- 5) Menghasilkan sarjana yang berintegritas dan Islam.

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto berjumlah 94. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari 94 responden yang telah mengisi kuisioner dapat dilihat mengenai karakteristik responden tersebut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Prentase
1.	Laki- laki	30	31,91 %
2.	Perempuan	64	68,08 %
	Jumlah	94	100 %

Tabel tersebut menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 30 responden atau 31,91% dari jumlah

keseluruhan responden. Sedangkan untuk sisanya yaitu berjumlah 64 atau 68,08% dari responden perempuan. Maka dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin yang menggunakan mobile banking didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 68,08% atau 64 responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia maka responden dalam penelitian ini dapat diklarifikasi sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

NO	Jenis Usia	Jumlah	Presentase
1.	15-17	0	0 %
2.	18-20	53	56,38%
3.	21-22	41	43,61%
Jumlah		94	100%

Tabel tersebut menunjukkan bahwa usia responden meliputi: dari 15-17 tahun dengan jumlah 0 responden atau sebanyak 0%, usia dari 18-20 tahun dengan jumlah 53 responden atau sebanyak 56,38%, dan responden yang berusia 21-22 tahun dengan jumlah 41 responden atau hanya 43,61%. Maka dapat disimpulkan bahwa usia mahasiswa yang menggunakan mobile banking didominasi oleh mahasiswa yang berusia 18-20 tahun yang berjumlah 53 responden atau sebanyak 56,38%

C. Uji validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji validitas

Untuk perhitungan validitas menggunakan program IBM SPSS Statistics 20. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika koefisien korelasi setiap butir skor total harus positif, peluang alfa 5% dan koefisien korelasi lebih besar dibandingkan dengan r_{table} . Untuk menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) diperoleh dari sample atau jumlah responden dikurangi 2 ($df = n-2$), dalam hal ini (n) jumlah sampel

sebanyak 94 responden, jadi $df = n-2 = 94 - 2 = 92$ dan $\alpha = 0,05\%$, maka diperoleh hasil untuk $r_{table} = 0,2028$ dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Berikut ini adalah uraian hasil analisis statistik mengenai pengujian validitas instrumen dari masing-masing pertanyaan metode dari variable kegunaan (X1), Kepercayaan (X2), persepsi resiko (X3) dan minat mobile banking (Y) yang diteliti:

- Kegunaan (X1)

Tabel 4.3
Validitas variable kegunaan (X1)

Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r-hitung)	Nilai r-tabel (N=94, $\alpha = 0,05$)	Keterangan
X1.1	0,804	0,2028	Valid
X1.2	0,742	0,2028	Valid
X1.3	0,500	0,2028	Valid
X1.4	0,529	0,2028	Valid

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS Versi 20

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable kegunaan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel: 0,2028 (nilai r tabel untuk N=94). Sehingga indikator penelitian ini adalah valid

- Kepercayaan (X2)

Tabel 4.4
Validitas variable kepercayaan (X2)

Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r-hitung)	Nilai r-tabel (N=94, $\alpha = 0,05$)	Keterangan
X2.1	0,635	0,2028	Valid
X2.2	0,676	0,2028	Valid
X2.3	0,505	0,2028	Valid
X2.4	0,553	0,2028	Valid

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS Versi 20

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable kepercayaan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari rtabel: 0,2028 (nilai r tabel untuk N=94). Sehingga indikator penelitian ini adalah valid.

c. Persepsi resiko (X3)

Tabel 4.5
Validitas variable Persepsi Resiko (X3)

Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r-hitung)	Nilai r-tabel (N=94, $\alpha=0,05$)	Keterangan
X3.1	0,685	0,2028	Valid
X3.2	0,655	0,2028	Valid
X3.3	0,658	0,2028	Valid
X3.4	0,752	0,2028	Valid

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS Versi 20

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable Persepsi Resiko dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel: 0,2028 (nilai r tabel untuk N=94). Sehingga indikator penelitian ini adalah valid.

d. Minat Mobile Banking (Y)

Tabel 4.6
Validitas Minat Mobile Banking (Y)

Item pertanyaan	Koefisien korelasi (r-hitung)	Nilai r-tabel (N=94, $\alpha=0,05$)	Keterangan
Y1.1	0,744	0,2028	Valid
Y1.2	0,847	0,2028	Valid
Y1.3	0,825	0,2028	Valid
Y1.4	0,724	0,2028	Valid

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS Versi 20

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variable Persepsi Resiko dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel: 0,2028 (nilai r tabel untuk N=94). Sehingga indikator penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Untuk perhitungan reliable menggunakan program IBM SPSS Statistics 20. Suatu pernyataan dikatakan reliabel apabila koefisien Alpha $> \Gamma_{\text{tabel}}$. Untuk menentukan derajat bebas atau *degree of freedom* (df) diperoleh dari sample atau jumlah responden dikurangi 2 ($df = n-2$), dalam hal ini (n) jumlah sampel sebanyak 96 responden, jadi $df = n-2 = 94 - 2 = 92$ dan $\alpha = 0,05\%$, maka diperoleh hasil untuk $r_{\text{table}} = 0,2028$ dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika $\Gamma_{\text{hitung}} > \Gamma_{\text{tabel}}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan reliabel
- Jika $\Gamma_{\text{hitung}} < \Gamma_{\text{tabel}}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak reliabel.

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai hitung Alpha cronbach	r-tabel	Keterangan
Kegunaan (X1)	0,526	0,2028	Reliable
Kepercayaan (X2)	0,756	0,2028	Reliable
Persepsi resiko (X3)	0,703	0,2028	Reliable
Minat mobile banking (Y)	0,772	0,2028	Reliable

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS Versi 20

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa item dalam harga produk, daya tarik iklan, dan pembelian impulsif dinyatakan reliabel. Karena berdasarkan keterangan dari masing-masing variable Γ_{tabel} lebih

besar dari r_{tabel} ($r_{alpha} > 0,2028$). Sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel dan kuesioner telah memenuhi syarat reliabilitas.

D. Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau statistik nonparametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan adalah uji Kolmogorof-Smirnov. Jika Asymp sig. kurang dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Apabila Asymp sig lebih dari 0,05 maka distribusi data normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas dengan menggunakan SPSS 16 pada penelitian ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66329155
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.053
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.965
Asymp. Sig. (2-tailed)		.269
a. Test distribution is Normal.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diketahui nilai signifikansi pada Asymp. Sig (2-tailed) diperoleh lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan distribusi data tersebut normal.

E. Uji Analisis Data

Korelasi Rank Spearman mempunyai kegunaan untuk mencari korelasi di antara 2 variabel (hubungan bivariate) di mana kedua variabel yang dikorelasikan berskala ordinal sehingga memungkinkan untuk diberi jenjang (ranking). Teknik statistika ini termasuk dalam kelompok statistika nonparametrik. Korelasi Rank Spearman juga bisa digunakan untuk mengukur asosiasi antara 2 variabel yang berskala ordinal, dimana sumber data kedua variabel yang dikorelasikan bisa berasal dari sumber yang tidak sama dan data tidak harus membentuk distribusi normal (Isna & Warto, 2013, hal. 262). Korelasi dapat menghasilkan angka positif (+) dan negatif (-). Jika angka korelasi positif berarti hubungan bersifat searah. Searah artinya jika variabel bebas besar, variabel tergantung semamkin besar. Jika menghasilkan angka negatif berarti hubungan bersifat tidak searah. Tidak searah artinya jika nilai variabel bebas besar, variabel tergantung semakin kecil (Bimo, 2010). Kriteria penerimaan hipotesis adalah H_0 diterima jika nilai signifikan $p > 0,05$, sebaliknya H_0 ditolak jika nilai signifikan $p < 0,05$.

1. Pengujian Hipotesis Pertama

Tabel 4.9
Hasil Korelasi Rank Spearman Hipotesis Pertama

			Correlations	
			Kegunaan	MinatMB
Spearman's rho	Kegunaan	Correlation Coefficient	1.000	.243*
		Sig. (2-tailed)	.	.023
		N	94	94
	MinatMB	Correlation Coefficient	.243*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.023	.
		N	94	94

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

Sumber: Hasil olahan komputer SPSS 16, tahun 2020

Dari tabel 4.9 diatas, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan kegunaan (X1) dengan Minat Mobile Banking (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,243**; 0,023; dan 94. Nilai 94 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 94 responden. Nilai 0,243** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara kegunaan (X1) dengan Minat Mobile Banking (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X1) dengan Minat Mobile Banking (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,023. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat Mobile Banking pada Generasi Milenial.

2. Pengujian Hipotesis kedua

Tabel 4.10
Hasil Korelasi Rank Spearman Hipotesis Kedua

			Kepercayaa n	MinatM B
Spearman's rho	Kepercayaa n	Correlation Coefficient	1.000	.213
		Sig. (2-tailed)	.	.040
		N	94	94
	MinatMB	Correlation Coefficient	.213	1.000
		Sig. (2-tailed)	.040	.
		N	94	94

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

Sumber: hasil olahan komputer SPSS 16, tahun 2020

Dari tabel 4.10 diatas, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan kepercayaan (X2) dengan Minat Mobile Banking (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,213**; 0,040; dan 94. Nilai 94 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 94 responden. Nilai

0,213** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara kepercayaan (X2) dengan Minat Mobile Banking (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X2) dengan Minat Mobile Banking (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,040. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat Mobile Banking pada Generasi Milenial.

3. Pengujian Hipotesis ketiga

Tabel 4.11
Hasil Korelasi Rank Spearman Hipotesis Ketiga

Correlations				
			Persepsi	MinatM B
Spearman's rho	Persepsi	Correlation Coefficient	1.000	.159
		Sig. (2-tailed)	.	.021
		N	94	94
MinatMB	Persepsi	Correlation Coefficient	.159	1.000
		Sig. (2-tailed)	.021	.
		N	94	94

Sumber: hasil olahan komputer SPSS 16, tahun 2020

Dari tabel 4.11 diatas, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan persepsi resiko (X3) dengan Minat Mobile Banking (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,159**; 0,021; dan 94. Nilai 96 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 94 responden. Nilai 0,159** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara persepsi resiko (X3) dengan Minat Mobile Banking (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X3) dengan Minat Mobile Banking (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,021. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat Mobile Banking pada Generasi Milenial.

F. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah

1. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor kegunaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel kegunaan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking* hasil pengujian korelasi rank spearman dengan menggunakan SPSS 16 menunjukkan bahwa koefisien korelasi menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan kegunaan (X1) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,234**; 0,023; dan 94. Nilai 94 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 94 responden. Nilai 0,234** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara kegunaan (X1) dengan Minat *Mobile Banking* (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X1) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,023. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H_0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat *Mobile Banking* pada Generasi Milenial.

Hasil sesuai dengan penelitian dari Maria batista “Analisis Faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan internet banking” (studi kasus nasabah Bank BCA di kota Palembang) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 9,206 dan nilai sig sebesar 0,000. Nilai F tabel adalah sebesar 2,21 sehingga F hitung $>$ F tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05 Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kemudahan, kegunaan, kepercayaan, sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan internet banking.

Hasil sesuai dengan penelitian dari Priestiani Putri Rahayu(2019) dalam Skripsi “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Kenyamanan terhadap Minat penggunaan *Mobile Banking* “ (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta) Konstanta (α) sebesar -0.260 memberi pengertian jika seluruh variabel independen sama dengan nol (0), maka besarnya minat

penggunaan mobile banking sebesar -0.260 satuan. Untuk variabel persepsi kegunaan, diperoleh nilai koefisien sebesar 0.179 dengan t-dana positif yang berarti apabila pada variabel persepsi kegunaan meningkat sebesar 1 satuan, maka minat penggunaan *mobile banking* akan meningkat sebesar 0.179 satuan dengan asumsi bahwa variabel independen lain dalam kondisi konstan (Rahayu, 2019).

Penelitian ini diperkuat Hanif et al (2017) mengenai analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan TAM yang telah dimodifikasi menjelaskan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap sikap penggunaan mobile banking. Berguna, menambah produktifitas, mengembangkan kinerja. Davis (1986) mendefinisikan kegunaan yang dirasakan sebagai probabilitas subjektif pengguna prospektif yang menggunakan sistem aplikasi spesifik akan meningkatkan pekerjaan atau kinerja hidupnya. Menurut Rahadi (2007) dalam Rahmad, et al. (2017) bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang dalam mempelajari komputer. Demikian pengguna mempercayai bahwa hal tersebut lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah mengoperasikannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan (ease of use).

Dengan *Technology Acceptance Model* (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara *Technology Acceptance Model* (TAM) dengan persepsi kegunaan yaitu sikap suatu individu terhadap penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut ataupun dapat meningkatkan kinerjanya.

Hasil dari wawancara dengan mahasiswa (nasabah) dari kuisioner mereka sendiri menganggap bahwa Persepsi kegunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk mempersulit para penggunanya, tetapi justru memudahkan seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Faktor kegunaan ini yang mendorong nasabah untuk

menggunakan jasa layanan *Mobile Banking*. Para nasabah pengguna *Mobile Banking* mengatakan bahwa pengguna *Mobile Banking* sangatlah mempermudah memberikan keleluasaan dalam kegiatan transaksi keuangan semisalnya untuk mengecek informasi saldo tabungan, pembayaran tagihan (listrik, air, dsb), transaksi pembelian (Voucher Hp, PLN Prepaid), transaksi transfer uang hingga layanan lainnya dalam satu sentuhan dilayar telepon seluler tanpa harus menghabiskan waktu untuk pergi ke ATM, selain mempermudah transaksi keuangan, carapengoperasiannya pun begitu mudah sehingga semua orang bisa menggunakannya.

Berdasarkan tafsir diatas islam menganjurkan untuk menciptakan atau menggunakan alat yang dapat memudahkan pekerjaan kita. Itulah teknologi, dan ternyata ide pemanfaatan teknologi ini ada di dalam Al-Qur'an. Teknologi itu memiliki dua sisi. Dia bisa bermanfaat jika digunakan dengan tujuan yang baik, atau bisa menjadi musuh jika digunakan untuk tujuan yang tidak baik. (Quran Surah An- Nabiyyaa' ayat 80).

2. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor kepercayaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel kepercayaan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan kepercayaan (X2) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,213**; 0,040; dan 94. Nilai 94 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 94 responden. Nilai 0,213** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara kepercayaan (X2) dengan Minat *Mobile Banking* (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X2) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,040. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat *Mobile Banking* pada Generasi Milenial.

Hasil sesuai dengan penelitian dari Suci Anggraeni (2019) dalam Skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kemanfaatan terhadap Minat Nasabah menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Bank Mandiri Syariah KCP Muntilan) "Hasil dari analisis diperoleh pengaruh langsung kepercayaan sebesar 0,433 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa sikap berpengaruh positive dan signifikan terhadap minat. Hal ini menunjukkan semakin baik sikap penggunaan maka semakin baik pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Sehingga dapat disimpulkan semakin tinggi tingkat kepercayaan maka semakin tinggi minat (Anggraeni, 2019).

Penelitian ini diperkuat oleh Hafid Nur et.al (2015) menunjukkan persepsi kepercayaan berpengaruh positive dan signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi kepercayaan mampu meningkatkan minat nasabah secara keseluruhan untuk menerima *internet banking adaption*. Penelitian ini juga didukung oleh Selly Rahmawati (2013) menunjukkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking. Menurut Mahardika dan Basuki (2011) dalam Wibowo, Rosmauli, dan Suhud (2015) mendefinisikan kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya.

Dengan metode Technology Acceptance Model (TAM) membahas tentang minat perilaku individu untuk mengadopsi bagian tertentu dari suatu teknologi yang ditentukan oleh sikap seseorang terhadap penggunaan teknologi tersebut. Kaitan antara Technology Acceptance Model (TAM) dengan persepsi kemudahan yaitu sikap suatu individu terhadap kepercayaannya dalam penggunaan suatu teknologi tergantung pada sejauh mana teknologi tersebut dapat membantu individu tersebut

ataupun dapat memudahkan individu tersebut dalam melakukan transaksi seperti pembelian ataupun pembayaran melalui mobile banking.

Dari hasil wawancara dengan narasumber terkait tentang kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking sendiri mereka terlebih dahulu melihat dari segi Keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan bank untuk melindungi informasi pribadi yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenang. Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan *Mobile Banking*. Sekarang para pengguna *Mobile Banking* tidak perlu merasa cemas dan khawatir dalam menggunakan *Mobile Banking* karena layanan *Mobile Banking* telah dilengkapi dengan sistem pengamanan yang dirancang untuk lebih menjagaprivasi pengguna *Mobile Banking*. Sehingga nantinya menimbulkan rasa percaya kepada aplikasi *mobile banking* sehingga mereka mau mencoba untuk menggunakan *mobile banking* dari sisi lain setelah dari kegunaanya sendiri yang sangat membantu.

Terkait dengan informasi yang diberikan memperhatikan kebutuhan nasabah sendiri Para pengguna *Mobile Banking* mengaku bahwa *Mobile Banking* merupakan layanan yang dibutuhkan oleh para nasabah karena para pengguna *Mobile Banking* merasa bahwa layanan ini memberikan kemudahan dan sangat menghemat waktu mereka. Misalnya nasabah yang memiliki pekerjaan yang sangat padat, apabila diwaktu pekerjaannya yang padat ia harus melakukan transaksi transfer ia tidakperlu lagi bersusah-susah untuk pergi ke Bank atau ke ATM untuk mentransferkan uangnya. Ia cukup melakukan transfer melalui layanan *Mobile Banking* yangterdapat ditelepon sebelumnya tanpa mengganggu pekerjaannya yang padat.

Kaitannya dengan persepsi kepercayaan, sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi bergantung pada tingkat kepercayaan teknologi itu terhadap individu sehingga ia percaya untuk menggunakan teknologi tersebut. Teknologi adalah suatu rancangan (desain) untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab dalam mencapai suatu hal yang diinginkan. Dalam hal ini sebagai pengguna aktif teknologi mampu menilai kemajuan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dengan cepat dengan percaya terhadap suatu kemajuan atau layanan yang membantu memudahkan kita dalam menggunakan suatu sistem seperti halnya dalam surah Al-A'la ayat 8 kenyataan bahwa Allah memberikan agar manusia mendapatkan cukup teknologi merupakan salah satu bentuk kasih sayang yang diberikan Allah .

3. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor persepsi resiko dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial

Setelah dilakukan perhitungan antara variabel Persepsi Resiko terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*, menunjukkan hasil uji korelasi rank spearman hubungan persepsi resiko (X3) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) pada kolom di atas tampak 3 nilai, yaitu 0,159**; 0,021; dan 96. Nilai 96 menunjukkan jumlah sampel (N) penelitian, yakni 96 responden. Nilai 0,159** menunjukkan koefisien korelasi spearman rho antara persepsi resiko (X3) dengan Minat *Mobile Banking* (Y). Untuk menguji hipotesis hubungan kegunaan (X3) dengan Minat *Mobile Banking* (Y) diperoleh nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,021. Karena nilai sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ maka keputusan uji adalah H_0 ditolak, sehingga disimpulkan terdapat hubungan antara kegunaan dengan Minat *Mobile Banking* pada Generasi Milenial.

Hasil sesuai dengan penelitian dari Nisa Ayu Purwati (2018) dalam skripsi yang berjudul “Faktor-faktor yang memengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh)” hasil dari analisis Persepsi resiko bernilai -0,351 yang berarti jika risikonya

meningkat 1% maka minat nasabah menurun hingga 35,1%. Jikadilihat dari tingkat signifikansinya $0,026 < 0,05$ berarti persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Semakin tinggi resiko dari penggunaan suatu sistem, semakin sedikit minat seseorang untuk menggunakan sistem tersebut (Nisa Ayu, 2018).

Penelitian ini diperkuat Hadi dan Novi (2015) mengatakan bahwa nasabah tidak mau menanggung konsekuensi yang dapat merugikan mereka, transaksi online sangat erat kaitannya dengan resiko karena transaksi dilakukan secara tidak tatap muka dengan pihak bank. Maka dari itu, resiko yang harus bisa diminimalisir bahkan kalau bisa resiko tersebut dihilangkan karena faktor resiko berpengaruh signifikan terhadap minat. Dengan demikian persepsi resiko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat nasabah terbukti dan diterima. Dalam hal Risiko merupakan suatu permasalahan yang sangat mendasar dalam pemanfaatan teknologi khususnya fasilitas Internet Banking.

Dengan baruaan teknologi yang baru ini resiko dari penggunaan mobile banking sendiri menjadi pertimbangan nasabah terkait dengan resiko yang mungkin timbul yang nantinya dapat menghilangkan data transaksi mereka beranggapan bahwa melihat dari segi kemandirian bahwa, Keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan *Mobile Banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabah percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan *Mobile Banking*. Sekarang para pengguna *Mobile Banking* tidak perlu merasa cemas dan khawatir dalam menggunakan *Mobile Banking* karena layanan *Mobile Banking* telah dilengkapi dengan sistem pengamanan yang dirancang untuk lebih menjaga privasi pengguna *Mobile Banking*. Sehingga nantinya menimbulkan rasa percaya kepada aplikasi mobile banking sehingga mereka mau mencoba untuk menggunakan mobile banking dari sisi lain setelah dari kegunaannya sendiri yang sangat

membantu dan nantinya akan menjadi pertimbangan terkait timbulnya resiko saat bertransaksi.

Persepsi risiko sangat berdampak terhadap keamanan dan kenyamanan dari para nasabah, pada saat sekarang sering terjadinya permasalahan eksternal, dalam halnya bahwa setiap kelompok generasi memiliki ekspektasi, pengalaman, gaya hidup yang berbeda sehingga mempengaruhi perilaku konsumsi. Perilaku seseorang untuk melakukan aktivitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat An-Najm ayat 39-40:11 “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya)”.

Minat juga dapat diartikan sebagai keinginan, Kegiatan yang dilakukan inilah yang disebut dengan perilaku. Dengan demikian perilaku merupakan “niat/minat” yang sudah direalisasikan dalam bentuk tingkah laku yang tampak. Dalam teori tindakan beralasan diuraikan bahwa kehendak/minat dipengaruhi oleh sikap dan normal yang dihubungkan.

IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan faktor kegunaan, kepercayaan dan persepsi resiko dengan minat menggunakan Mobile Banking pada Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor kegunaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi variabel kegunaan dengan minat menggunakan Mobile Banking sebesar 0.234, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2tailed) sebesar 0.023
2. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor kepercayaan dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi variabel kegunaan dengan minat menggunakan Mobile Banking sebesar 0.213, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2tailed) sebesar 0.040.
3. Ada hubungan Bagaimana hubungan faktor persepsi resiko dengan minat menggunakan *Mobile Banking* pada generasi milenial. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi variabel kegunaan dengan minat menggunakan Mobile Banking sebesar 0.159, menggunakan α sebesar 0.05 dengan nilai sig. (2tailed) sebesar 0.021.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran kepada pihak-pihak yang terkait dengan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat dan menjadi acuan perbaikan. Adapun saran-saran tersebut antara lain yaitu:

1. Pengondisian teknologi informasi pada industry di dunia perbankan sekarang mampu meningkatkan pelayanan kepada nasabah, dengan adanya sistem yang dikeluarkan oleh bank tentu sangat menarik minat nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut. Dalam hal ini mencerminkan bahwa canggihnya aplikasi yang dikeluarkan untuk mempermudah pelayanan terhadap nasabah. Bank tentunya harus lebih berupaya dalam menarik nasabah dan memberikan kepuasan dan kenyamanan terhadap aplikasi yang canggih dan akhirnya akan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pada mobile banking. Adapun yang perlu dilakukan oleh bank sendiri, selain memang karna canggihnya teknnologi yang berkembang pesat juga harus memperhatikan bagaimana cara menarik kaum milenial lebih banyak dengan mengutamakan pelayanan nasabah yang lebih baik lagi.
2. Setiap pelayanan perlu peningkatan agar para pengguna layanan MobileBanking tersebut merasa puas dan ingin selalu menggunakan layanan tersebut. Seperti halnya terhadap peningkatan layanan Mobile Banking harus terus dilakukan agar para nasabah lebih tertarik untuk menggunakan layanan Mobile Banking. Cara untuk menarik minat nasabah dapat dilakukan dengan berbagai cara pemasaran yang baik dan sosialisasi kepada masyarakat agar masyarakat lebih memahami dan mulai tertarik untuk terus menggunakan layanan Mobile Banking.
3. Kepercayaan yang berpengaruh positif pada minat penggunaan mampu memberikan citra yang baik pada perusahaan. Maka dari itu dalam hal kepercayaan ataupun resiko mampu ditingkatkan lagi, dengan cara memberikan acuan terhadap aplikasi bahwa aplikasi tersebut layak untuk dikembangkan dan digunakan pada masa yang akan datang, serta pada generasi milenial yang selanjutnya. Agar bisa masyarakat akan lebih percaya dan memilih menggunakan produk yang lainnya yang dikeluarkan oleh bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes, Winastiti. 2016. "Generasi Milenial dan Karakteristik" <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-millennial-dan-karakteristiknya/>
- Alizar Isna dan Warto, Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal, Purwokerto: STAIN Press, 2013, hlm. 341.
- Anggraeni, Suci. 2019. "Analisis pengaruh persepsi kemudahan persepsi kemanfaatan terhadap minat menggunakan Mobile Banking dengan kepercayaan sebagai variable intervening (studi kaus pada Bank Mandiri Syariah KCP Muntilan) "
- Annur, M.F. 2019. Analisis faktor yang mempengaruhi Minat menggunakan Mobile Banking pada Generasi Milenial.
- Atmaja, L.S. 2009. *Statistika untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Chopipah, F. (2013). *Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Skripsi Oleh : 1434 H / 2013 M*, 16.
- Davis, F.D. 1989. *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MS Quarterly (online)*, Vol. 13 No. 3, (Sep 1989)
- Dempsey, Ann Patrica. 2002. Riset Keperawatan: Buku Ajaran dan Latihan. Jakarta : Buku Kedokteran EGC.
- Fadli, Muhammad dan Fachruddin Rudy. 2016. *Pengaruh Persepsi Nasabah Atas Risiko, Kepercayaan Manfaat, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Internet Banking*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi (JIMEKA)*. Vol.1 No.2.
- Fakhurrozi, A. 2018. *Faktor yang mempengaruhi minat menggunakan Mobile Banking pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*. *Jurnal Universitas Muhammadiyah*.
- Farizi, Hadyan., dan Syaefullah, MM, Akt. 2013. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan Internet Banking*". *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya*. Malang.
- Gunawan, ce. 2020. *Mahir menguasai SPSS panduan praktis mengolah data penelitian*. Sleman: CV BUDI UTAMA

- Habibi, M.(2015). *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah.Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, 3 (1)*
- Hadi, Syamsul dan Novi.(2015).*Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking.Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*
- Hanifet al. (2017).*Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology.eJournal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 4 (1), 24-29.*
- Hasan, Iqbal.(2009). Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hendrayadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: PRENADA MEDIA GRUP.
- Isna, Alizar, dan Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Sosial: Dilengkapi dengan Analisis Regresi Nominal dan Ordinal*. Purwokerto: STAIN Press.
- Jogiyanto.(2007). Sistem Informasi Keperilaku.Yogyakarta: Andi
- Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)vol.48 No.1 Juli 2017
administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2018. *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak
- Kusuma, H. dan Susilowati, D. (2007).*Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking : Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Jogjakarta. Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, 11 (2)..*
- Kusumaningtyas, Febrina Puspita Jayanti. 2017. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi Niat menggunakan Mobile Banking pada Generasi Milenial. Tesis. Universitas Gajah Mada, Fakultas Ekonomika dan Bisnis
- Malayu Hasibuan, Dasar-dasar Perbankan, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 205
- McKnight, D. H., & N. L. Chervany. (2001). *What Trust Means in ECommerce Customer Relationship: An Interdisciplinary Conceptual Typology. Journal of Electronic E-Commerce.*
- Narastuti, Wiji. (2011). Teknologi Perbankan, Yogyakarta,
- Purwati, N.A. 2018. Faktor yang mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Syariah.*Nisa Ayu Purwati "Faktor yang mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Skripsi Universitas Negeri Islam AR-RANIRY.*

- Ramandhani, Nelia. 2007. *Model Perilaku Penggunaan IT :NR-2007” Pengembangan dari Tecnology Acceptance Model (TAM)*. Laporan Penelitian Universitas Gajah Mada.
- Ramayulis, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Kalam Mulis, 2001). h. 84
- Rangkuti, F. 1997. *Riset Pemasaran cetakan-1*. Jakarta: Gramedia Pusataka Utama
- Riyanto, S. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksprerimen*. Yogyakarta: CV BUDI UTAMA.
- Rudiansyah, A.A. 2013. *Statistika Terapan*. Bogor: IN MEDIA
- Sahab, A. 2018. *BUKU AJARAN ANALISIS KUANTITATIF ILMU POLITIK DENGAN SPSS*. Surabaya: Airlangga University
- Santoso, B. 2007. *BIOLOGI*. Bekasi : Interplus.
- Santoso, S. 2003. *Mengatasi berbagai masalah Statistik dengan SPSS Versi 11.5*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Selly, Nisrina.(2016) *Analisis PengaruhPersepsi Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Beli dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengunjung Toko Online Berrybenka.com di Kalangan Mahasiswa Universitas Diponegoro)*.Jurnal, Vol. 5. No. 3.
- Soeharto, I. 2000. *Metode Penelitian Socia*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*.Bandung :Alfabeta.
- Suhir, M., Suyadi, I., & Riyadi. (n.d.). *Keputusan Pembelian Secara Online (Survei Terhadap Pengguna Situs Website www.Kaskus.co.id)*. 2014, 8(1)..
- Suseno Bimo. 2010. "Korelasi Pearson", dalam www.stastikaolahdata.com, November.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Syamsul Hadi Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, skripsi, (Universitas Islam Indonesia, 2015), h. 58
- Tandirerung, Y.T. 2018. *Faktpr-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan Internet Banking pada PT BANK RAKYAT INDONESIA CAB. SMARINDA*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.

Taylor, S. A., & Baker, T. L. (1994). *An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumer's Purchase Intentions*. *Journal of Retailing*, 70(2), 163–178. [https://doi.org/10.1016/00224359\(94\)90013-2](https://doi.org/10.1016/00224359(94)90013-2)

Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*. Skripsi. Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur

William dan Page. 2011. *Marketing to the generations*. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3(1):37-53.



IAIN PURWOKERTO

A large, faint yellow triangle graphic is centered on the page, with its base at the bottom and its apex at the top. The triangle is semi-transparent and serves as a background for the text.

LAMPIRAN

LAIN PURWOKERTO

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS FAKTOR YANG berhubungan dengan PENGGUNAAN
MOBILE BANKING PADA GENERASI MILENIAL
(studi kasus: mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)

Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon diberi tanda checklist (√) pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara/I anggap pa;ing sesuai. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 s/d 5 yang memiliki makna :

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tindakan anda mempengaruhi pekerjaan anda.
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
5. Terimakasih atas partisipasi Anda.

Identitas Responden

Apakah menggunakan Mobile Banking?

Nama Responden:

Usia : 15-22 Tahun 23-30Tahun >30

JenisKelamin : Laki-laki Perempuan
Pekerjaan: Pelajar/Mahasiswa Guru/Dosen
 Karyawan/PNS Lainnya

1. Variabel Kegunaan (X1)

NO	INDIKATOR VARIABEL	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan layanan mobile banking menjadikan lebih mudah dalam bertransaksi					
2.	Kebutuhan pengguna selalu direspon dengan baik					
3.	Fleksibel karena mudah dilakukan dimana saja dan menambah produktifitas					
4.	Saya menggunakan layanan mobile banking karna kemudahan					

2. Variabel kepercayaan (X2)

NO	INDIKATOR VARIABEL	SS	S	KS	TS	STS
1.	Mobile banking aplikasi yang dapat dipercaya.					
2.	Menjaga dengan baik dan berkomitmen tinggi					
3.	Informasi yang diberikan memperhatikan kebutuhan nasabah					
4.	Kepercayaan dalam melakukan transaksi melalui aplikasi					

3. Variabel Persepsi Resiko (X3)

NO	INDIKATOR VARIABEL	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan layanan mobile banking karena resiko kehilangan uang yang ditabung dijamin aman					
2.	Bank dapat menjamin setiap kebutuhan nasabah dalam bertaransaksi					
3.	Resiko kehilangan data penting dijamin aman					
4.	Resiko penipuan dan peniruan akun dapat ditangani bank					

4. Variabel Minat Mobile Banking (Y)

NO	INDIKATOR VARIABEL	SS	S	KS	TS	STS
1.	Berminat menggunakan Mobile banking di masa yang akan datang					
2.	Mobile banking salah satu sistem teknologi yang patut digunakan dan dikembangkan .					
3.	Kemudahan dan kemaan yang diberikan oleh mobile banking .					
4.	Layanan yang mudah mampu menjadikan mobile banking aplikasi yang dominan					

Lampiran 2

Data tabulasi

No Respon den	kegunaan				T ot al X 1	Kepercayaan				T ot al X 2	Persepsi Resiko				T ot al X 3	Minat Menggunakan Mobile banking				T o ta l Y
	X 1	X 2	X 3	X 4		X 1	X 2	X 3	X 4		X 1	X 2	X 3	X 4		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	
	
1	4	5	5	5	19	5	2	5	1	13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	2	2	5	5	14	5	5	5	1	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
3	3	4	5	4	16	5	5	5	3	18	4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
4	2	2	4	5	13	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	4	3	4	4	15	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
6	2	4	4	4	14	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
7	2	4	4	4	14	4	3	4	2	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	4	5	4	5	18	5	5	5	3	18	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
9	3	3	5	4	15	5	5	5	5	20	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20
10	3	5	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19
11	4	4	4	4	16	5	4	5	2	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
12	1	4	5	5	15	5	2	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
13	1	5	3	3	12	3	2	3	1	9	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12
14	2	3	5	5	15	5	4	5	2	16	5	5	3	3	16	5	5	5	5	20
15	5	2	4	4	15	5	4	4	1	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
16	2	2	5	4	13	5	5	5	2	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16

19	3	3	4	4	14	5	4	5	3	17	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17
20	2	4	4	4	14	5	4	5	1	15	3	2	3	3	11	4	4	5	5	18
21	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	2	4	4	4	14	5	5	5	5	20
23	4	4	5	4	17	5	3	5	2	15	5	4	4	2	15	4	4	5	4	17
24	5	5	5	4	19	5	4	5	2	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
25	4	5	4	5	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18
26	4	4	5	4	17	4	2	4	3	13	4	5	4	3	16	4	5	4	4	17
27	2	2	2	4	10	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
28	3	3	4	4	14	4	4	4	1	13	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
29	2	5	4	5	16	4	4	5	3	16	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16
30	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	5	5	5	5	20
31	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17
32	5	5	5	5	20	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
33	1	3	4	4	12	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16	3	4	5	2	14	3	4	5	4	16	5	4	5	4	18
35	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
36	4	4	4	5	17	5	4	4	2	15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
37	5	4	3	5	17	4	4	4	5	17	3	4	4	4	15	4	5	5	5	19
38	4	4	5	5	18	4	5	5	2	16	5	3	4	5	17	4	5	5	5	19
39	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	3	4	4	5	16
40	2	3	5	4	14	4	4	4	5	17	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
41	5	4	5	5	19	4	4	4	2	14	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
42	5	4	5	5	1	4	4	4	2	1	5	4	4	5	1	4	4	4	4	1

					9					4					8					6
43	5	5	4	4	1 8	4	4	4	2	1 4	4	4	5	5	1 8	4	5	5	5	1 9
44	2	4	5	5	1 6	4	5	4	2	1 5	5	4	4	4	1 7	5	5	5	5	2 0
45	4	5	5	4	1 8	5	5	5	4	1 9	4	3	4	4	1 5	5	5	5	5	2 0
46	4	5	5	5	1 9	5	4	5	2	1 6	4	4	4	5	1 7	4	5	4	5	1 8
47	5	5	5	5	2 0	2	3	4	5	1 4	4	3	4	5	1 6	5	5	5	5	2 0
48	4	4	4	4	1 6	2	4	3	3	1 2	4	5	4	4	1 7	4	5	5	5	1 9
49	5	5	4	5	1 9	3	4	4	4	1 5	3	3	4	3	1 3	5	5	4	5	1 9
50	5	4	4	4	1 7	4	4	4	4	1 6	3	4	4	4	1 5	5	5	5	5	2 0
51	4	4	5	5	1 8	4	3	5	5	1 7	4	4	5	4	1 7	5	5	5	5	2 0
52	4	4	4	4	1 6	4	4	4	3	1 5	3	4	4	4	1 5	5	5	5	5	2 0
53	4	4	4	4	1 6	5	4	5	5	1 9	4	4	4	4	1 6	4	4	4	4	1 6
54	5	5	4	4	1 8	5	5	5	5	2 0	3	5	4	5	1 7	5	5	5	4	1 9
55	5	5	4	5	1 9	3	5	4	4	1 6	5	4	3	4	1 6	5	5	5	5	2 0
56	4	5	4	4	1 7	3	4	3	4	1 4	3	4	4	4	1 5	5	4	5	5	1 9
57	5	4	4	5	1 8	3	3	4	4	1 4	4	4	4	4	1 6	5	5	5	5	2 0
58	4	4	4	5	1 7	4	4	4	4	1 6	4	4	3	3	1 4	4	4	4	4	1 6
59	3	3	3	3	1 2	2	3	4	5	1 4	3	4	4	5	1 6	3	3	3	3	1 2
60	5	5	4	5	1 9	3	4	5	4	1 6	5	3	4	4	1 6	5	5	5	5	2 0
61	4	4	4	4	1 6	2	3	4	4	1 3	4	4	4	4	1 6	4	4	4	4	1 6
62	5	5	4	5	1 9	3	5	4	5	1 7	4	2	3	3	1 2	4	4	4	4	1 6
63	4	5	4	5	1 8	4	4	5	5	1 8	3	4	4	4	1 5	5	5	5	5	2 0
64	4	4	4	4	1 6	4	4	4	5	1 7	5	5	3	4	1 7	4	4	4	4	1 6
65	4	4	5	4	1 7	3	3	3	4	1 3	3	4	4	4	1 5	4	4	5	4	1 7

66	4	5	3	5	1 7	5	5	4	5	1 9	4	4	4	5	1 7	4	4	5	5	1 8
67	5	5	5	5	2 0	3	3	4	4	1 4	3	3	4	3	1 3	5	5	5	5	2 0
68	5	5	5	5	2 0	4	5	3	4	1 6	4	5	2	4	1 5	5	5	5	5	2 0
69	5	5	4	4	1 8	4	5	3	4	1 6	4	5	4	3	1 6	4	4	5	4	1 7
70	4	5	4	4	1 7	5	4	4	5	1 8	4	4	2	3	1 3	5	5	4	4	1 8
71	4	4	5	4	1 7	4	2	4	4	1 4	4	5	4	4	1 7	5	5	4	4	1 8
72	4	4	5	4	1 7	4	4	4	4	1 6	4	4	4	4	1 6	4	5	4	4	1 7
73	2	2	4	4	1 2	4	4	3	4	1 5	4	4	4	3	1 5	5	4	5	4	1 8
74	4	4	4	4	1 6	5	4	4	4	1 7	5	5	2	5	1 7	4	4	4	4	1 6
75	5	4	5	5	1 9	4	4	2	4	1 4	4	4	4	3	1 5	5	4	4	3	1 6
76	5	5	5	5	2 0	4	2	5	5	1 6	5	5	4	5	1 9	5	5	5	5	2 0
77	4	5	4	3	1 6	3	4	3	4	1 4	4	4	2	3	1 3	5	4	4	4	1 7
78	5	5	5	4	1 9	5	4	4	4	1 7	5	4	4	5	1 8	5	5	5	4	1 9
79	4	3	5	5	1 7	4	3	4	4	1 5	3	5	5	4	1 7	4	4	4	4	1 6
80	4	5	4	5	1 8	4	5	4	5	1 8	3	4	2	4	1 3	5	4	5	4	1 8
81	4	4	5	4	1 7	5	5	4	5	1 9	4	4	4	5	1 7	5	4	4	5	1 8
82	4	3	4	4	1 5	3	3	4	4	1 4	3	5	4	3	1 5	5	5	5	5	2 0
83	4	5	5	4	1 8	4	3	5	3	1 5	5	4	5	5	1 9	4	5	5	5	1 9
84	4	5	5	4	1 8	4	4	3	4	1 5	4	5	2	4	1 5	4	5	5	5	1 9
85	4	4	4	5	1 7	5	4	4	5	1 8	4	4	4	4	1 6	3	4	4	5	1 6
86	4	4	5	5	1 8	5	5	4	5	1 9	4	5	2	5	1 6	5	5	5	4	1 9
87	4	5	5	4	1 8	4	4	4	4	1 6	4	3	2	3	1 2	4	4	4	4	1 6
88	4	5	5	4	1 8	5	5	5	5	2 0	4	4	4	3	1 5	4	4	4	4	1 6
89	5	5	4	4	1	4	4	3	5	1	5	4	5	4	1	4	5	5	5	1

					8					6					8					9
90	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
91	5	3	5	3	16	5	5	4	5	19	4	2	4	5	15	5	5	5	5	20
92	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	3	5	3	4	15	4	5	4	5	18
93	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	2	4	4	15	5	5	5	2	17
94	4	4	4	5	17	3	4	2	4	13	4	3	2	4	13	4	3	3	4	14



Lampiran 3

Hasil Uji Validitas

1. Kegunaan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kegunaan
X1.1	Pearson Correlation	1	.471 **	.172	.207*	.804 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.097	.045	.000
	N	94	94	94	94	94
X1.2	Pearson Correlation	.471 **	1	.132	.204*	.742 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.206	.049	.000
	N	94	94	94	94	94
X1.3	Pearson Correlation	.172	.132	1	.241*	.500 **
	Sig. (2-tailed)	.097	.206		.019	.000
	N	94	94	94	94	94
X1.4	Pearson Correlation	.207*	.204*	.241*	1	.529 **
	Sig. (2-tailed)	.045	.049	.019		.000
	N	94	94	94	94	94
Kegunaan	Pearson Correlation	.804 **	.742 **	.500 **	.529 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94

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

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

2. Kepercayaan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Kepercayaan
X2.1	Pearson Correlation	1	.360**	.459**	-.094	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.368	.000
	N	94	94	94	94	94
X2.2	Pearson Correlation	.360**	1	.158	.159	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000		.129	.125	.000
	N	94	94	94	94	94
X2.3	Pearson Correlation	.459**	.158	1	-.134	.505**
	Sig. (2-tailed)	.000	.129		.197	.000
	N	94	94	94	94	94
X2.4	Pearson Correlation	-.094	.159	-.134	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.368	.125	.197		.000
	N	94	94	94	94	94
Kepercayaan	Pearson Correlation	.635**	.674**	.505**	.553**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94

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

IAIN PURWOKERTO

3. Persepsi Resiko (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Persepsi
X3.1	Pearson Correlation	1	.299**	.205*	.390**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.003	.047	.000	.000
	N	94	94	94	94	94
X3.2	Pearson Correlation	.299**	1	.190	.309**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.003		.067	.002	.000
	N	94	94	94	94	94
X3.3	Pearson Correlation	.205*	.190	1	.388**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.047	.067		.000	.000
	N	94	94	94	94	94
X3.4	Pearson Correlation	.390**	.309**	.388**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	94	94	94	94	94
Persepsi	Pearson Correlation	.685**	.655**	.658**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94

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

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

4.Minat Mobile Banking

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	MinatMB
Y1	Pearson Correlation	1	.588**	.519**	.237*	.744**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.020	.000
	N	94	94	94	94	94
Y2	Pearson Correlation	.588**	1	.582**	.489**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	94	94	94	94	94
Y3	Pearson Correlation	.519**	.582**	1	.515**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	94	94	94	94	94
Y4	Pearson Correlation	.237*	.489**	.515**	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000		.000
	N	94	94	94	94	94
MinatMB	Pearson Correlation	.744**	.847**	.825**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	94

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

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

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 4

Hasil Uji Reliabilitas

1. Kegunaan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.526	4

2. Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.756	5

3. Persepsi Resiko

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.703	5

4. Minat Mobile Banking

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	5

Lampiran 5

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.62751023
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.052
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		1.001
Asymp. Sig. (2-tailed)		.269
a. Test distribution is Normal.		

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 6

Hasil Uji Korelasi Rank Spearman

Correlations

			Kegunaan	MinatMB
Spearman's rho	Kegunaan	Correlation Coefficient	1.000	.234*
		Sig. (2-tailed)	.	.023
		N	94	94
		<hr/>		
	MinatMB	Correlation Coefficient	.234*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.023	.
		N	94	94

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

Correlations

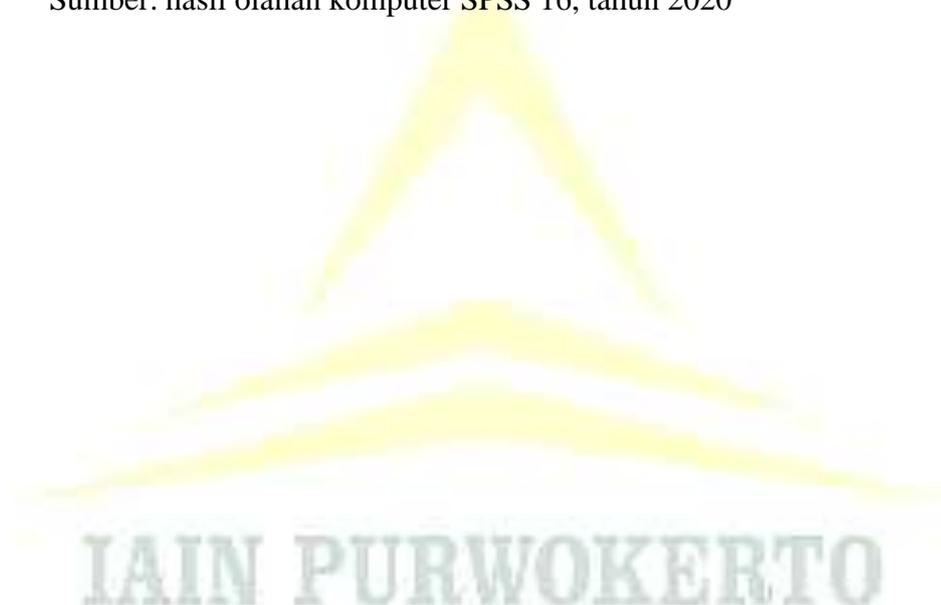
			Kepercayaan	MinatMB
Spearman's rho	Kepercayaan	Correlation Coefficient	1.000	.213
		Sig. (2-tailed)	.	.040
		N	94	94
		<hr/>		
	MinatMB	Correlation Coefficient	.213	1.000
		Sig. (2-tailed)	.040	.
		N	94	94

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

Correlations

			Persepsi	MinatMB
Spearman's rho	Persepsi	Correlation Coefficient	1.000	.159
		Sig. (2-tailed)	.	.021
		N	94	94
	MinatMB	Correlation Coefficient	.159	1.000
		Sig. (2-tailed)	.021	.
		N	94	94

Sumber: hasil olahan komputer SPSS 16, tahun 2020



IAIN PURWOKERTO

Berita Acara Sidang Munaqosyah



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

BERITA ACARA SIDANG MUNAQASYAH

N a m a : Nabila Al Khonsa
N I M : 1617201115
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Semester : IX
Tanggal Munaqasyah : 14 Desember 2020
Judul : **ANALISIS FAKTOR YANG BERHUBUNGAN DENGAN MINAT
 PENGGUNAAN MOBILE BANKING PADA GENERASI
 MILENIAL**

(Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Purwokerto)

Pembimbing : Siti Ma'sumah, M.Si.
Catatan :

NO	ASPEK	URAIAN
1	Pendahuluan	Teori TAM di jelaskan Pemilihan faktor faktor yg berpengaruh jelaskan secara menyeluruh baru dipilih 3 faktor tadi Hub antar var jelaskan secara detail dan diikuti dengan penelitian terdahulu
2	Landasan Teori	Teori TAM dijelaskan Hipotesis jelaskan
3	Metode Penelitian	Pemilihan populasi dan sampel jelaskan
4	Pembahasan hasil penelitian	Sinkron dengan bab 1 dan 2 Tambahkan wawancara dengan narasumber untuk menambahkan pembahasan
5	Penutup	Saran tambahkan dari hasil wawancara
6	Lain-lain	Banyak salah tulis Tabel dirapikan Banyak kata akan hilangkan Judul di ganti karena harus menyesuaikan dengan isi langsung menyebut pada faktor yg dipilih

Ketua Sidang

Dr. Atabik, M.Ag.
NIP. 19651205 199303 1 004

Purwoketo, 14 Desember 2020
Sekretaris Sidang,

Akhris Fuadatis Solikha, S.E., M.Si.
NIDN. 2009039301

Lampiran 8

Surat Usulan menjadi Pembimbing



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 0715/In.17/FEBLJES/PP.009/V/2020 Purwokerto 8 Mei 2020
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. Siti Ma'sumah, M.Si.
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 6 Februari 2020 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 8 Mei 2020 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Nabila Al Khonsa
NIM : 1617201115
Semester : 8 Ekonomi Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial (studi kasus: pemuda Bancarkembar)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Dinas, Jurusan, Ekonomi Syariah

[Signature]
Dewi Hidayat, SE., M.S.I.
Nidac 1122009122007



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-636624, 628250, Fax : 0281-636653, www.iainpurwokerto.ac.id

Nomor : 0715/In.17/FEBI.JES/PP.009/V/2020
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Purwokerto 8 Mei 2020

Kepada:
Yth. Siti Ma'sumah, M.Si.
Dosen Tetap IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto pada tanggal 6 Februari 2020 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 8 Mei 2020 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Nabila Al Khonsa
NIM : 1617201115
Semester : 8 Ekonomi Syariah
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial (studi kasus: pemuda Bancarkembar)

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing Ekonomi Syariah

Dwi Nur Hilvatin, SE., M.S.I.
NIM: 1122009122007

Lampiran 9

Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pmebimbing



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto No. 0715/In.17/FEBLJES/PP.009/V/2020 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Nabila Al Khonsa NIM 1617201115

Judul Skripsi : Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial (Studi kasus: pemuda Bancarkembar)

Saya menyatakan bersedia /tidak-bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 8 Mei 2020.

Siti Ma'asumah, M.Si.
NIDN 2010038303

Catatan: *Coret yang tidak perlu

Lampiran 10

Surat Keterangan Mengikuti Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor :/In.17/FS.J.E.S /PP.009/VIII/2020

Yang bertanda tangan di bawah ini, Ketua Jurusan Ekonomi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa:

Nama : Nabila Al Khomsa
NIM : 1617201115
Semester : VIII
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah mengikuti seminar proposal pada:

NO	HARI/TANGGAL	PRESENTER	TANDA TANGAN PRESENTER	
1	Senin/ 20 Juni 2020	Kustianti	1	
2	Rabu/12 Agustus 2020	Anita Apriliani		2
3	Rabu/12 Agustus 2020	Fika puspitasari	3	
4	Rabu/12 Agustus 2020	Meli yunianti		4
5	Rabu/12 Agustus 2020	Adib Masruhan	5	
6				6
7			7	
8				8
9			9	
10				10

Pernah menjadi pembahas mahasiswa atas nama:
Nama : Fika puspitasari
Judul Proposal : Peranan kampung marketer dalam meningkatkan Ekonomi warga desa Tunjungmuli Kecamatan Karangmoncol Kabupaten Purbalingga
(Materi yang dibahas) : Pada latar belakang apa alasan memilih objek pada tempat tersebut, dan apakah kampung marketer berjangka panjang dalam meningkatkan ekonomi warga desa
pertanyaan

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar seminar proposal skripsi.

Surat Permohonan Persetujuan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-630503, www.iainpurwokerto.ac.id

Hal : Permohonan Persetujuan Judul Skripsi

Purwokerto, 24 Juli 2020

Kepada:
Yth. Dekan FEBI
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto:

1. Nama : Nabila Al Khonsa
2. NIM : 1617201115
3. Semester : VIII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Tahun Akademik : 2019/2020

Dengan ini saya mohon dengan hormat untuk menyetujui judul skripsi saya guna melengkapi sebagian syarat untuk menyelesaikan studi program S-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.

Adapun judul skripsi yang saya ajukan adalah: Analisis Faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial di Purwokerto
Sedangkan sebagai Dosen Pembimbing Skripsi adalah: Siti Ma'sumah, M.Si.

Demikian surat permohonan ini saya buat, atas perhatian dan perkenan Bapak, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing

Siti Ma'sumah, M.Si.
NIDN. 2010038303

Hormat Saya,

Nabila Al Khonsa
NIM. 1617201115

Menyetujui



Choirul Anwar, S.E., M.Si.
NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan:

1. Wakil Dekan I
2. Kasubag AKA
3. Arsip

Surat Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipurwokerto.ac.id

Nomor: 1371/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/VII/2020

Purwokerto, 23 Juli 2010

Lamp :-

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada:

Yth. Ibu Siti Ma'sumah, M.Si.

Dosen Tetap Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Di

Purwokerto

Assalamu'alaikumWr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

1. Nama : Nabila Al Khonsa
2. NIM : 1617201115
3. Semester : VIII
4. Prodi : Ekonomi Syariah
5. Alamat : Jl.Ringin Tirtogang, Gunung batur rt 01/07
6. Judul Skripsi : Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial di Purwokerto

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dr. Dewi Lela Hilvatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 13

Kartu Bimbingan Skripsi

 KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan J. Sudharto, Km. 10, G. P. Purwokerto 53129 Telp. (031) 832024, 82020; Fax. (031) 834902; www.iainpurwokerto.ac.id</small>					
5	Juni	Senin/29	Pada analisis data diganti pada bagian hubungan yang digunakan dan juga dibuat pengelasan pada kategori penelitian pada setiap hipotesis	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
6	Juli	Rabu/1	Penambahan data demografi terkait data anak muda yang menggunakan mobile banking, revisi pada daftar pustaka	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
7	Juli	Sabtu/18	Penambahan data pada latar belakang terkait dengan generasi milenial yang melek akan teknologi dan mampu menggunakan mobile banking	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
8	September	Sabtu/ 28	Revisi Sampul Revisi judul, rumusan masalah, tujuan, hipotesis Pada uji analisis data diganti rank spasman Dan mengerjakan BAB 1-5	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
9	November	Rabu/11	Revisi bab 1-5	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

 Scindai dengan CamScanner

 KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM <small>Jalan J. Sudharto, Km. 10, G. P. Purwokerto 53129 Telp. (031) 832024, 82020; Fax. (031) 834902; www.iainpurwokerto.ac.id</small>	
BLANGKO/KARTU BIMBINGAN	
Nama	: Nabila Al Khansa
NIM	: 1617201115
Prodi/semester	: Ekonomi Syariah/ VII
Dosen Pembimbing	: Siti M'asumah, M.Si
Judul Skripsi	: Analisis faktor yang mempengaruhi minat penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial (Studi Kasus: Purwokerto)

No	Bulan	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
				Pembimbing	Mahasiswa
1	Mei	Kamis/ 14	Keperluan dalam prosesan sesuai dengan buku panduan dan alasan pada latar belakang pada tempat objek penelitian	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
2	Juni	Rabu/ 3	Pembelan indicator pada setiap variabel, dan pada rumusan masalah dan hubungan pada setiap variabelnya, pada landasan teori di beri landasan teologis	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
3	Juni	Sabtu/13	Revisi pada pergettikan yang masih kurang reph, dan pada penelitian terdahulu di buat table dengan dasar 3 jurnal tahun terakhir	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>
4	Juni	Senin/22	Penjelasan hipotesis didukung dengan teori hasil penelitian terdahulu, rumus pada sampel disesuaikan dengan jumlah populasi yang akan di gunakan	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

 Scindai dengan CamScanner



KEANTARAAN
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : J. Jend. S. Sudirman, 40-4 Purwokerto 35125
Telp. 0281-005004, 005200, Fax. 0281-005000, www.iaipw.purwokerto.ac.id

IAIN PURWOKERTO				
10	November	Sabtu/14	Bahasa asing cetak miring, pengertikan dirapikan, pada saran sesuai hasil penelitian Mengerjakan selanjutnya Abstrak, lampiran-lampiran	 Nlat
11	November	Rabu/ 25	Skripsi dirapikan jangan ada pengertikan yang salah, revisi pada Abstrak	 Nlat
12	Desember	Selasa/1	ACC Munagisah	 Nlat

*) diisi pokok pokok bimbingan,
**) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 2 Desember 2020
Pembimbing,



Siti Ma'sumah, M.Si.

 pindai dengan CamScanner



IAIN PURWOKERTO

Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-636624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iaipuwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR Nomor : 1720/In.17/FEBIJ.ES/PP.009/IX/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

N a m a : **Nabila Al Khonsa**
N I M : 1617201115
Semester : IX
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Berdasarkan Surat Rekomendasi Sidang Seminar Proposal Revisi Substansi dan Metodologi Proposal dengan Judul :

“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial di Purwokerto”

Pada Tanggal **11 September 2020** dan dinyatakan **LULUS**.

Dengan perubahan proposal /hasil Proposal sebagai berikut :

1. Substansi Masalah
 - Pada latar belakang masalah ditambahkan terkait faktor yang mempengaruhi milenial menggunakan mobile banking dan teori terkait ke tiga faktor (kegunaan, kepercayaan, persepsi resiko) dan alasan kenapa mengambil faktor tersebut.
 - Penambahan teori yang menjelaskan milenial berumur 15-25 tahun dan rumusan masalah menjadi dua arah
 - Kajian pustaka ditambahkan tahun dan juga ditambahkan jurnal 3-4 tahun terakhir
2. Metodologi Penelitian
 - Pada analisis data menggunakan analisis data apa dan ditambahkan persamaan pada teknik analisis data dan jenis data yang digunakan ordinal atau interval
3. Teknik Penulisan
 -
4. Lain-lain
 -
5. Saran
 - Pada studi kasus lebih baik mencakup ruang lingkup yang memang bisa di jangkau dan subjek penelitian bisa di ambil pada komunitas atau mahasiswa pengguna mobile banking.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan Riset penulisan Skripsi program S-1. Terima kasih.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 14 September 2020
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,



Surat Keterangan Lulus Kompre



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126
Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor : 1930/In.17/FEBLJ.ES/PP.009/X/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto menerangkan bahwa :

N a m a : **Nabila Al Khonsa**

N I M : 1617201115

Semester : IX

Jurusan : S-1 Ekonomi Syariah

Mahasiswa tersebut benar-benar telah melaksanakan Ujian Komprehensif pada hari/tanggal **Jum'at, 9 Oktober 2020** dengan nilai **74 (B)**

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Dibuat di : Purwokerto
Pada Tanggal : 19 Oktober 2020
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,

Dewi Laila Hilvatin, M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 16

Sertifikat OPAK

PANITIA OPAK 2016
DEWAN EKSEKUTIF MAHASISWA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PURWOKERTO
Kantor: Gedung Lembaga Kemahasiswaan (L-1) J. A. Yani No. 40-A Purwokerto Utara

SERTIFIKAT
No: 193/A1/Pan OPAK/08/2016
diberikan kepada:

NABILA AL KHONSA
sebagai
PESERTA

Dalam Kegiatan Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAK) 2016
yang diselenggarakan oleh Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto
Dengan Tema ; *"Revitalisasi Fasilitas masjid Mahasiswa Hinggal, Idami, dan Sekeloa"*
Pada Tanggal 29 Agustus - 01 September 2016 di IAIN Purwokerto.

dengan nilai :

Kepesertaan	Ketepatan	Kehadiran	Kedisiplinan	Keseriusan	Rata-rata
87	87	85	89	89	87,2

Mengetahui,
Ketua DEMA I

Mahamed Nurroddin Mahaz
NIM. 1221301201

Ketua Panitia

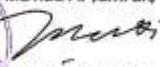
Mahamed Anas
NIM. 1221304019

IAIN PURWOKERTO

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 17

Sertifikat BTA-PPI

 IAIN PURWOKERTO	<p>KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO UPT MA'HAD AL-JAMI'AH Alamat : Jl. Jend. A. Yani No. 40 A Purwokerto 53126 Telp : 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.ainpurwokerto.so.id</p>										
<h1>SERTIFIKAT</h1> <p>Nomor: In.17/UPT.MAJ/Sti.006/0010/2017</p> <p>Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah IAIN Purwokerto kepada:</p> <p style="text-align: center;"><u>NABILA AL KHONSA</u> 1617201115</p> <p>Sebagai tanda mahasiswa bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI).</p> <p style="text-align: right;">Purwokerto, 24 Agustus 2017 Mudir Ma'had Al-Jami'ah,  Drs. H. M. Mukti, M.Pd.I NIP. 19570521 198503 1 002</p>											
<table border="1"><thead><tr><th>MATERI UJIAN</th><th>NILAI</th></tr></thead><tbody><tr><td>1. Tes Tulis</td><td>70</td></tr><tr><td>2. Tartil</td><td>70</td></tr><tr><td>3. Kibabah</td><td>72</td></tr><tr><td>4. Praktek</td><td>72</td></tr></tbody></table> <p>NO. SERI: MAJ-Q2-2017-421</p>	MATERI UJIAN	NILAI	1. Tes Tulis	70	2. Tartil	70	3. Kibabah	72	4. Praktek	72	
MATERI UJIAN	NILAI										
1. Tes Tulis	70										
2. Tartil	70										
3. Kibabah	72										
4. Praktek	72										


IAIN PURWOKERTO

Lampiran 18

Sertifikat Bahasa Inggris



IAIN PURWOKERTO

Sertifikat Bahasa Arab



IAIN PURWOKERTO

Sertifikat Aplikom

SERTIFIKAT

APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA
Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. 0281-635624 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53126



IAIN PURWOKERTO

No. IN.17/UPT-TIPD/1678/IV/2020

SKALA PENILAIAN

SKOR	HURUF	ANGKA
86-100	A	4.0
81-85	A-	3.6
76-80	B+	3.3
71-75	B	3.0
65-70	B-	2.6

MATERI PENILAIAN

MATERI	NILAI
Microsoft Word	80 / B+
Microsoft Excel	80 / B+
Microsoft Power Point	78 / B+

Diberikan Kepada:

NABILA AL KHONSA
NIM: 1617201115

Tempat / Tgl. Lahir: Banyumas, 07 September 1998

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan LULUS Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program *Microsoft Office*® yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto pada tanggal 11-03-2020.







Purwokerto, 16 April 2020
Kepala UPT TIPD

Dr. H. Fajar Hardoyono, S.Si, M.Sc
NIP. 19801215 200501 1 003

IAIN PURWOKERTO

Lampiran 21

Sertifikat KKN

	KEMENTERIAN AGAMA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT <small>Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.404 Telp. 0281-635824 Fax. 636553 Purwokerto 53126</small>
SERTIFIKAT Nomor: 0243/K.LPPM/KKN.44/11/2019	
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Agama Islam Negeri Purwokerto menyatakan bahwa :	
Nama	: NABILA AL KHONSA
NIM	: 1617201115
Fakultas / Prodi	: FEBI / ES
TELAH MENGIKUTI	
Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan Ke-44 IAIN Purwokerto Tahun 2019 yang dilaksanakan mulai tanggal 15 Juli 2019 sampai dengan 28 Agustus 2019 dan dinyatakan LULUS dengan Nilai 93 (A).	
	 Purwokerto, 18 November 2019 Ketua LPPM, Dr. M. Ansori, M.Ag. <i>Q</i> NIP. 19650407 199203 1 004

IAIN PURWOKERTO

Setifikat PPL



IAIN PURWOKERTO

Sertifikat PBM



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nabila Al Khonsa
2. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 7 September 1998
3. Alamat Rumah : Jalan. Ringin Tirto Gang Gunung. Batur RT.01
RW.07 Bancarkembar Kecamatan Purwokerto Utara Kabupaten
Banyumas.
4. Nomor HP : 088216037931
5. Email : nabilakhonsa0@gmail.com
6. Nama Ayah : Kuswanto
7. Nama Ibu : Trimiswati

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal

- a) TK Aisyah 8 Bancarkembar (2004)
- b) SD Negeri 3 Bancarkembar (2010)
- c) SMP Muhammadiyah 3 Purwokerto (2013)
- d) MAN 1Banyumas (2016)
- e) S1 IAIN Purwokerto (2020)

2. Pendidikan Non Formal Pondok Pesantren Roudlotul Ulum Karangsalam, Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. HMJ ES (IAIN Purwokerto)
2. PPM (IAIN Purwokerto)