

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN
KEPERCAYAAN DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP PERILAKU PEMAKAIAN *MOBILE BANKING*
PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG**

SKRIPSI



Oleh

MAFAKHIR HILMY

NIM : 15540065

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN
KEPERCAYAAN DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING*
TERHADAP PERILAKU PEMAKAIAN *MOBILE BANKING*
PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh

MAFAKHIR HILMY

NIM : 15540065

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN DALAM
PENGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP PERILAKU PEMAKAIAN
MOBILE BANKING PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG

SKRIPSI

Oleh:

MAFAKHIR HILMY

NIM : 15540065

Telah disetujui pada 27 November 2019

Dosen Pembimbing,



Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M
NIP. 19801109 20160801 2 053

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Eko Supravitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN DALAM
PENGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP PERILAKU PEMAKAIAAN
MOBILE BANKING PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG

SKRIPSI

Oleh :
MAFAKHIR HILMY
NIM : 15540065

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Pernyataan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Pada 13 Desember 2019

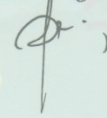
Susunan Dewan Penguji

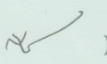
1. Ketua
Esy Nur Aisyah, S.E., M.M
NIP. 19860909 20160801 2 051

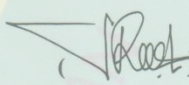
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Nihavatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M
NIP. 19801109 20160801 2 053

3. Penguji Utama
Yayuk Sri Rahayu., S.E., M.M
NIP. 19770826 200801 2 011


Tanda Tangan

()

()

()

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,


Eko Supravitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mafakhir Hilmy

NIM : 15540065

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa “SKRIPSI” yang saya buat untuk memenuhi kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* Pada BRI Syariah KCP Lawang.

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing maupun pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 27 November 2019

Hormat Saya



Mafakhir Hilmy
NIM : 15540065

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sujud serta syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, cinta dan kasih sayangnya yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, kekuatan, kesabaran yang diberikan, penelitian ini dapat terselesaikan.

Sholawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung kita Nabi Muhammad SAW. Saya berikan dan persembahkan penelitian ini untuk orang yang tidak pernah putus memberikan doanya, yang saya cintai dan sayangi, yaitu Bapak saya Hasan Basri dan Ibu Maryam.

Terima kasih untuk Ibu Nihaya yang sudah membimbing saya.
Untuk Sarah yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi.
Teman-teman kontrakan Yo-Ayo yang telah terus menerus mentertawakan saya sehingga, menjadi motivasi untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya.
Senior-senior Imaba yang telah memaksa saya untuk segera menyelesaikan skripsi.

HALAMAN MOTTO

Hidup hanya sekali
Dan mari nikmati
Don't worry be happy



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* Pada BRI Syariah”

Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini melibatkan bantuan, bimbingan, sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Eko Suprayitno, S.E., M.M., Ph.D selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang yang turut membantu terselesainya penelitian ini.
5. Orang Tua Tercinta Bapak Hasan Basri dan Ibu Maryam yang tidak pernah bosan memberi dukungan, mendoakan, nasihat, agar dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan umur yang barakah serta selalu dalam lindungan-NYA.
6. Bapak Alkaf Zen selaku Pimpinan BRI Syariah KCP Lawang yang telah membantu peneliti dalam memperoleh data penelitian.

7. Siti Maisaroh yang telah membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kakak Lia, dan Mas Delon dengan terbentangnya jarak yang cukup jauh selalu mendukung, selalu ada, serta tak pernah lelah dalam memberikan semangat kepada peneliti.
9. Teman-teman kontrakan yoayo yang telah memaido saya apabila saya tidak semangat dalam mengerjakan tugas akhir.
10. Senior Imaba yang terus memberi semangat dalam mengerjakan skripsi.
11. Serta grup dulur saklawase terimakasih untuk kalian yang meninggalkan saya lulus terlebih dahulu, dan motivasi dengan penuh paido yang membuat saya lebih bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi menyempurnakan penulisan ini dan bermanfaat bagi seluruh pembaca pada umumnya dan bagi penulis khususnya. Semoga apa yang kita kerjakan selama ini menjadi amal sholeh kita di hadapan Allah SWT. Amin.

Malang, 27 November 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
المستخلص	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelititan.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 <i>Mobile Banking</i>	20
2.2.1.1 Pengertian Mobile Banking.....	20
2.2.2 <i>Technoogy Acceptance Model (TAM)</i>	21
2.2.2.1 Pengertian <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	21
2.2.3 Kemudahan	22
2.2.3.1 Pengertian Kemudahan	22
2.2.4 Keamanan.....	23

2.2.4.1	Pengertian Keamanan.....	23
2.2.4.2	Keamanan dalam agama Islam.....	24
2.2.5	Kepercayaan.....	25
2.2.5.1	Pengertian Kepercayaan.....	25
2.2.5.2	Kepercayaan dalam agama Islam.....	28
2.2.6	Perilaku Pemakaian.....	29
2.2.6.1	Pengertian Perilaku Pemakaian.....	29
2.2.6.2	Perilaku Pemakaian menurut Islam.....	31
2.3	Hubungan Antar Variabel	32
2.3.1	Pengaruh kemudahan dalam penggunaan <i>mobile banking</i> (X1) terhadap perilaku pemakaian <i>mobile banking</i> (Y)	32
2.3.2	Pengaruh Keamanan dalam penggunaan <i>mobile banking</i> (X2) terhadap perilaku pemakaian <i>mobile banking</i> (Y).	33
2.3.3	Pengaruh kepercayaan dalam penggunaan <i>mobile banking</i> (X3) terhadap perilaku pemakaian <i>mobile banking</i> (Y).	34
2.3.4	Pengaruh kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan (X3) dalam penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap perilaku pemakaian <i>mobile banking</i> (Y)	35
2.4	Kerangka Konseptual	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
3.2	Lokasi Penelitian	39
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sampel.....	40
3.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.5	Data dan Jenis Data	41
3.6	Teknik Pengumpulan Data	41
3.7	Definisi Operasional Variabel	42
3.8	Analisis Data	46
3.8.1	Uji Validitas dan Uji Reabilitas	46
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8.3	Uji Statistik	50

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Paparan Data dan Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1.1 Latar Belakang Perusahaan	53
4.1.1.2 Visi dan Misi	54
4.1.1.3 Gambaran Karakteristik Responden	55
4.1.2 Uji Instrumen	66
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	68
4.1.3.1 Uji Multikolinieritas	69
4.1.3.2 Uji Autokorelasi	69
4.1.3.3 Uji Normalitas	70
4.1.4 Uji Regresi Linier Berganda	71
4.1.5 Uji Hipotesis	74
4.1.5.1 Uji Signifikansi Simultan	74
4.1.5.2 Uji Signifikansi Parsial	75
4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian	77
4.2.1 Pengaruh Variabel Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Pemakaian secara Parsial (Terpisah)	77
4.2.1.1 Kemudahan	77
4.2.1.2 Keamanan	79
4.2.1.3 Kepercayaan	80
4.2.2 Pengaruh Variabel Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan pada penggunaan <i>Mobile Banking</i> terhadap Perilaku Pemakaian <i>Mobile Banking</i> pada BRI Syariah KCP Lawang secara Stimultan (Bersama-sama)	84
BAB V PENUTUP	85
4.1 Kesimpulan	85
4.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Skor Penilaian Skala Likert	42
Tabel 3. 2 Devinisi Operasional Variabel	43
Tabel 4. 1 Penyebaran Kuisisioner	55
Tabel 4. 2 Identitas responden berdasarkan gende.....	56
Tabel 4. 3 Identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan	56
Tabel 4. 4 Identitas responden berdasarkan pekerjaaa.....	58
Tabel 4. 5 Identitas responden berdasarkan pengguna <i>mobile banking</i> atau tida	59
Tabel 4. 6 Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel kemudahan	60
Tabel 4. 7 Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel keamanan.....	61
Tabel 4. 8 Deskripsi tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan.....	63
Tabel 4. 9 Deskripsi tanggapa responden berdasarkan variabel perilaku pemakaia...	64
Tabel 4. 10 Uji Validitas dan reliabilitas variabel kemudahan	66
Tabel 4. 11 Uji Validitas dan reliabilitas variabel keamanan	67
Tabel 4. 12 Uji Validitas dan Reliabilitas variabel kepercayaan	67
Tabel 4. 13 Uji Validitas dan Reliabilitas variabel perilaku pemakaia.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolineritas	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4. 18 Hasil Uji Simultan.....	74
Tabel 4. 19 Hasil Uji Parsial	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik perbandingan transaksi <i>digital channels</i> dengan <i>traditional branch</i>	3
Gambar 1. 2 Grafik presentase penggunaan <i>digital banking</i> di Indonesia	4
Gambar 1. 3 Grafik presentase penggunaan Internet	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	38
Gambar 4. 1 Identitas Responden berdasarkan tingkat pendidika	57
Gambar 4. 2 Identitas Responden berdasarkan katagori pekerjaa	58
Gambar 4. 4 Identitas Responden berdasarkan katagori pengguna <i>mobile banking</i> atau tidak.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Kuisisioner

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik dan Linear Berganda

Lampiran 5 Surat Penelitian

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme

Lampiran 7 Biodata Peneliti



ABSTRAK

Mafakhir Hilmy, Skripsi. Judul: “Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan dalam Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Pemakaian Mobile Banking Pada BRI Syariah KCP Lawang”

Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M

Kata Kunci : Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan

Kemajuan teknologi tidak luput melibatkan sektor perbankan untuk mengadopsi layanan yang mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi. Salah satu layanan yang saat ini menjadi perhatian adalah *mobile banking*. Dan salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem *mobile banking* pada layanan jasa perbankan adalah PT. Bank BRI Syariah KCP Lawang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* BRI Syariah KCP Lawang secara parsial maupun secara simultan.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif, penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrument untuk mengambil sampel sebanyak 120 sampel. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif atau signifikan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*. Dan secara simultan kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif atau signifikan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*.

ABSTRACT

Mafakhir Hilmy, Thesis. Title : "The influence of ease, security and confidence in the use of Mobile Banking against the behaviour of Mobile Banking in BRI Syariah KCP Lawang"

Supervisor : Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M

Keywords : convenience, security, trust

Technological advances do not escape involving the banking sector to adopt services that facilitate customers in conducting transactions. One of the services that is currently a concern is mobile banking. And one of the commercial banks in Indonesia that implements the use of mobile banking system in banking services is PT. Bank BRI Syariah KCP Lawang. This research aims to analyse the influence of ease, security, and confidence in the use of mobile banking against the behaviour of mobile banking of BRI Syariah KCP Lawang partially or simultaneously.

This research is a quantitative method of research, this study used the questionnaire as an instrument to sample samples as many as 120 samples. The sampling technique carried out in the study was to use the Accidental Sampling technique. The method used in this study is a double linear regression analysis.

The results showed that partial ease, security, and confidence in the use of mobile banking have positive or significant effect on mobile banking usage behaviour. And simultaneously the ease, security, and trust in the use of mobile banking positively or significantly influence the behavior of mobile banking usage.

المستخلص

ما فخر حلم ي اطروحه. العنوان: "تأثير السهولة والأمن والثقة في استخدام الخدمات المصرفية المتنقلة ضد سلوك الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في

المشرف: نيهياتو اسلاماتيس سوليكا، ES.,MM,

الكلمات الرئيسية: التأثيرات ، سلوك الاستخدام ، المصرفية المتنقلة

ولا تحرب التطورات التكنولوجية التي يشارك فيها القطاع المصرفي في اعتماد الخدمات التي تسهل علي العملاء اجراء المعاملات. واحده من الخدمات التي هي حاليا مصدر قلق هو المصرفية المتنقلة. وواحد من البنوك التجارية في اندونيسيا التي تنفذ استخدام النظام المصرفي المتنقل BRI شريعة KCP Lawang في الخدمات المصرفية هو حزب العمال. بنك

يهدف هذا البحث إلى تحليل تأثير السهولة والأمن والثقة في استخدام الخدمات المصرفية المتنقلة ضد سلوك الخدمات المصرفية المتنقلة جزئيا أو في نفس الوقت BRI شريعة KCP Lawang لشركه

هذا البحث هو طريقه كمي من البحوث ، واستخدمت هذه الدراسة الاستبيان كاداه لعينات العديد من العينات 120. وكانت تقنيه أخذ العينات التي أجريت في الدراسة هي استخدام تقنيه أخذ العينات العرضية. الطريقة المستخدمة في هذه الدراسة هي تحليل الانحدار الخطي المزدوج.

وأظهرت النتائج ان السهولة الجزئية والأمن والثقة في استخدام الخدمات المصرفية المتنقلة لها تأثير إيجابي أو كبير علي سلوك الاستخدام المصرفي المتنقل. وفي الوقت نفسه ، فان السهولة والأمن والثقة في استخدام الخدمات المصرفية المتنقلة ايجابيه أو تؤثر تأثيرا كبيرا علي سلوك الاستخدام المصرفي للجوال

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada Era Global yang semakin canggih ini, teknologi berkembang sangat cepat, bahkan sangat menguasai dalam semua bidang termasuk dalam dunia perbankan, dengan adanya teknologi yang seiring waktu berjalan terus menerus mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat sehingga terciptalah dalam dunia perbankan yaitu *mobile banking*. *Mobile banking* mempunyai banyak manfaat diantaranya yaitu dapat memudahkan nasabah dalam bertransaksi tanpa harus bertatap muka dengan pihak bank, dengan keamanan yang menjamin dapat memberikan kenyamanan untuk melakukan transaksi secara cepat dan mudah serta membuat nasabah percaya bahwa internet banking sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus bertatap muka dengan pegawai bank dengan antrian yang lama. Di Indonesia sendiri sudah sebagian besar masyarakat melibatkan *information and communication technology* (ICT) dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini dibuktikan dengan data survey hasil kerjasama Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) dengan Teknopreneur bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia meningkat menjadi 143,26 juta jiwa atau setara 54,7 persen dari total populasi masyarakat Indonesia.

Menurut Amijaya (2010), dampak dari kenaikan jumlah pengguna internet tersebut, terbukti bahwa hampir sebagian besar masyarakat Indonesia memanfaatkan teknologi informasi. Bahkan hampir semua sektor membutuhkan peranan *Information*

Technology (IT) dalam menjalankan dan mengembangkan kegiatan perekonomian. Dengan adanya peranan IT tersebut, dapat memudahkan sirkulasi suatu pekerjaan sehingga dianggap sangat penting bagi masyarakat. Kebutuhan IT ini juga berjalan lurus dengan berbagai sektor, salah satunya adalah perbankan yang merupakan lembaga keuangan dengan kegiatannya penghimpun dana dan penyaluran dana kembali ke masyarakat, serta memberikan juga jasa-jasa bank lainnya.

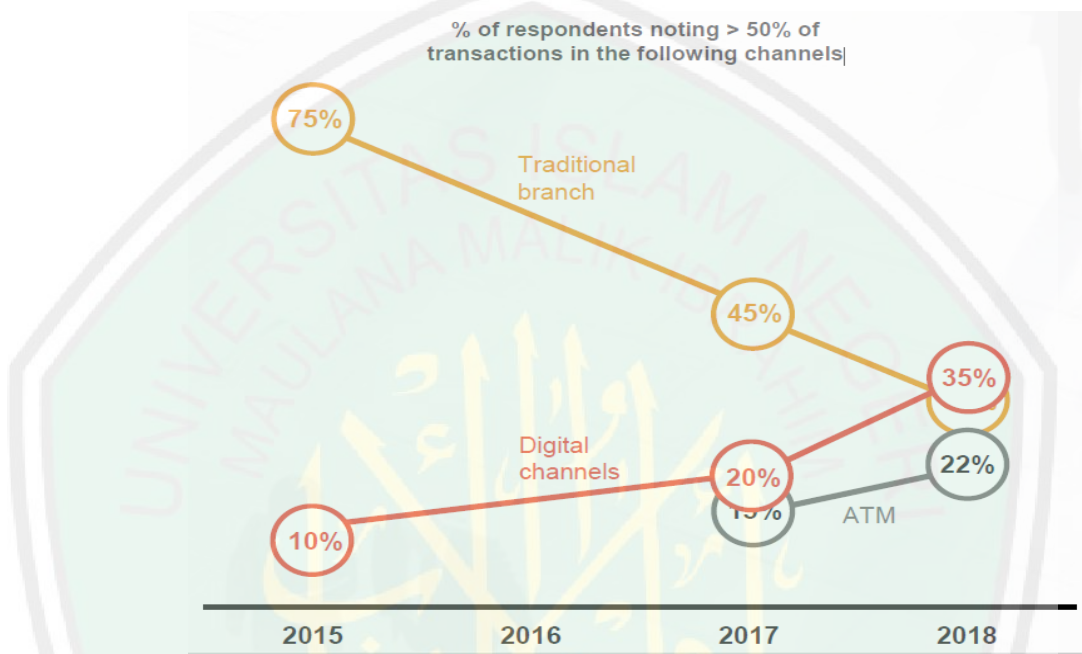
Menurut PERATURAN BANK INDONESIA NOMOR: 9/15/PBI/2007 Layanan Perbankan Melalui Media Elektronik atau selanjutnya disebut *Electronic Banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *phone banking*, *electronic fund transfer*, *internetbanking*, *mobile phone*.

Layanan *m-banking* masuk dalam golongan *digital channel transaction*, bersama dengan *internet banking*, ATM, dan sebagainya. Dalam survey yang dilakukan oleh lembaga audit terbesar di dunia *Pricewaterhouse Coopers* (PwC) selama 4 tahun, transaksi digital di tahun 2015 masih sangat rendah dibanding dengan transaksi fisik yang langsung dilakukan di bank oleh nasabah, namun pada tahun 2018, transaksi digital meningkat sangat pesat bahkan melampaui transaksi fisik yang dilakukan oleh nasabah.

Berikut adalah grafik data survey pada tahun 2015 sampai dengan 2018 :

Gambar 1. 1

Grafik perbandingan transaksi *digital channels* dengan *traditional branch*



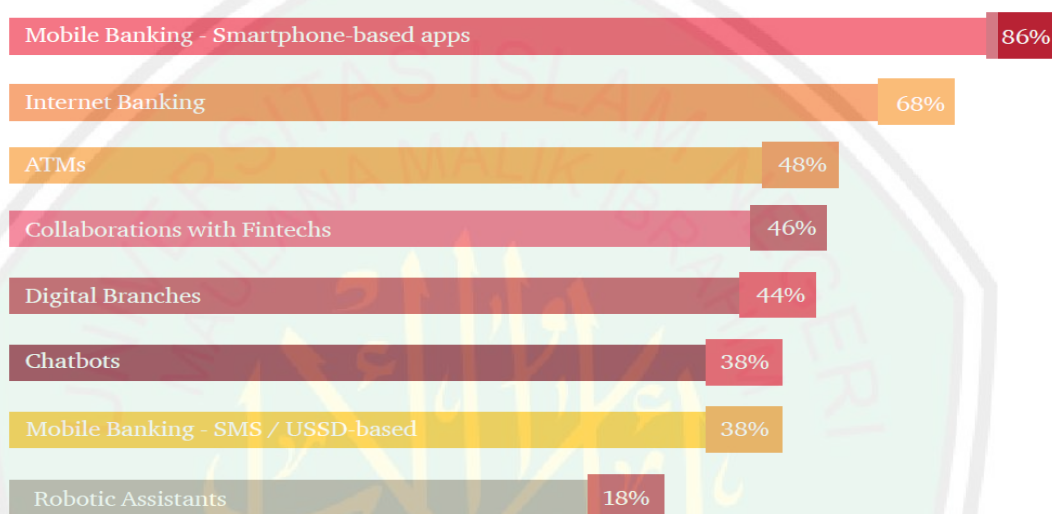
Sumber: PwC Indonesia Banking Survey, 2018

Dalam survey yang bisa dilihat diatas adalah, transaksi *digital channel*, khususnya *mobile banking* berbasis aplikasi di Indonesia pada tahun 2018 berada pada urutan teratas dengan presentase 35%, angka ini jauh melampaui transaksi dengan metode lainnya.

Berikut grafik presentase penggunaan digital banking di Indonesia :

Gambar 1. 2

Grafik presentase penggunaan *digital banking* di Indonesia



Sumber: PwC Digital Banking Survey in Indonesia, 2018

Terlihat dalam gambar diatas bahwa mobile banking berada ditingkat paling atas di antara *digital internet* yang lainnya, produk mobile banking di Indonesia sendiri mulai merambat keadaan masyarakat, mulai dari tingkat ekonomi kelas bawah, kelas menengah, sampai tingkat ekonomi tingkat atas, masyarakat desa, masyarakat kota, masyarakat yang sudah bekerja, bahkan pengangguran sekalipun.

Mengingat pentingnya *m-banking* di era modern saat ini guna menarik nasabah untuk terus berinvestasi pada bank, maka banyak faktor penyebab nasabah akan tertarik menggunakan fasilitas *m-banking*. Berdasarkan teori *technology acceptance model* (TAM) yang dikemukakan oleh Davis di bukunya pada tahun 1989, beberapa

yang memengaruhi diantaranya adalah *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use*, *attitude towards using*, dan *behavioral intention to use*.

Menurut Mahendra Adhi Irmadhani (2012), konstruksi utama pada TAM yaitu *perceived of usefulness* dan *perceived ease of use*, ketika layanan *m-banking* tersebut memberikan manfaat dan kemudahan dalam menggunakannya, maka nasabah akan mampu menerima *m-banking* tersebut. Karena dengan *m-banking*, akan membuat nasabah lebih mudah dalam bertransaksi sekaligus meningkatkan kinerjanya.

Sejak beberapa tahun terakhir beberapa bank di Indonesia telah memperkenalkan sistem perbankan berbasis internet untuk meningkatkan operasional dan mengurangi biaya. *mobile banking* merupakan salah satu bentuk produk jasa yang mulai banyak ditawarkan oleh bank-bank, baik bank syariah maupun bank konvensional di Indonesia.

Salah satu bank komersial di Indonesia yang mengimplementasikan penggunaan sistem *mobile banking* pada layanan jasa perbankan dan menjadi *market leader* pada pasar *mobile banking* adalah PT. Bank BRI Syariah KCP Lawang. Adapun tingkat penggunaan *mobile banking* PT. Bank BRI Syariah KCP Lwang yang dikenal dengan nama M-BRIS ini sangat tinggi. Terdapat beberapa factor peningkatan dalam penggunaan *mobile banking* diantaranya adalah keamanan, kemudahan, kepercayaan para pengguna *mobile banking* dalam menggunakannya.

MobileBRIS yang merupakan salah satu produk *m-banking* dari Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), mulai diluncurkan pada tahun 2014 untuk memfasilitasi nasabahnya. Aplikasi berbasis *mobile* ini menyediakan banyak fitur yang dapat

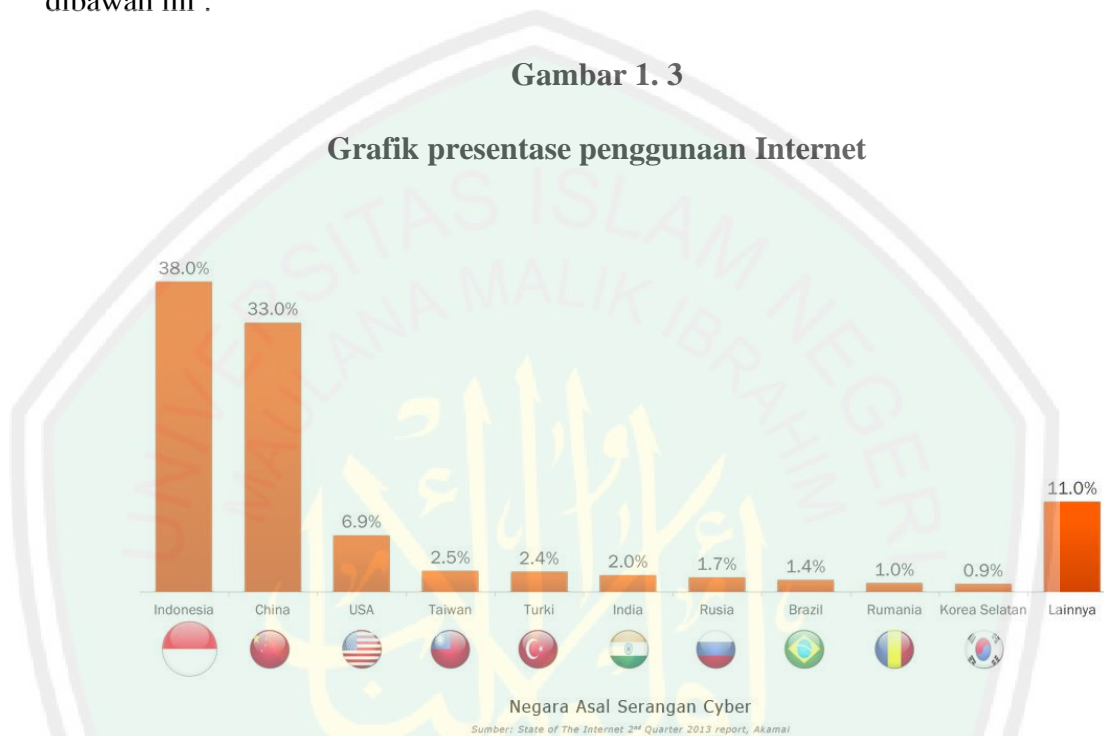
digunakan nasabahnya, dengan dua jenis transaksi, yaitu transaksi non-finansial seperti informasi saldo, mutasi, riwayat transaksi, dan transaksi finansial antara lain melakukan transfer dana, pembelian produk digital, pembayaran tagihan pembayaran donasi (Zakat, Infaq, Shodaqoh).

Menurut Eni Noviarni (2014), banyak faktor yang dapat mempengaruhi niatan seseorang untuk menggunakan jasa mobile banking diantaranya adalah teori *technology acceptance modal* (TAM) yang didalamnya terdapat dua faktor yaitu persepsi manfaat, dan persepsi kemudahan, kedekatan lokasi, keamanan system mobile banking, kepercayaan nasabah terhadap pemakaian, serta banyak faktor lainnya.

Ada tiga faktor menarik yang menurut peneliti wajib untuk diteliti lebih lanjut, yang pertama adalah faktor kemudahan, hal ini dikarenakan bahwa pada faktor inilah tingkat persaingan yang terjadi antar bank cukup tinggi. Kemudahan disebut juga sebagai acuan sejauh mana pelanggan mengakui *mobile banking* itu mudah dimengerti dan digunakan. Selain itu menurut Jogiyanto (2007) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari kejahatan. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Faktor menarik yang kedua adalah keamanan dalam penggunaan *mobile banking*. Alasan peneliti mengambil faktor keamanan dikarenakan dengan semakin berkembangnya teknologi yang digunakan oleh perbankan, maka akan semakin

banyak juga cara-cara yang bisa dilakukan oleh para pelaku kejahatan untuk bisa masuk pada sistem *mobile banking* itu sendiri. Hal ini dibuktikan dengan grafik dibawah ini :



Sumber: PwC Digital Banking Survey in Indonesia, 2018

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa Indonesia menjadi negara yang paling berpeluang untuk diserang oleh para pelaku kejahatan. Hal ini dibuktikan dengan presentase sebesar 38%, angka tersebut menjadi angka terbesar dari beberapa negara yang dianggap paling mudah untuk dibobol melalui akses internet.

Sementara itu menurut Mahardika (2011) menyatakan bahwa keamanan merupakan perhatian utama yang memberikan kontribusi untuk seseorang dalam menggunakan layanan online, keaman ini didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat proteksi terhadap ancamanyang akan datang.

Faktor yang ketiga adalah faktor kepercayaan, dengan maraknya kasus pembobolan *internet banking* seperti grafik diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti apakah kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* bisa mempengaruhi minat pemakaian.

Menurut Tjini (2013) Kepercayaan dalam konteks ini didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan melalui internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, serta dapat memberi manfaat dalam penggunaannya.

Berdasarkan penjelasan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan dalam Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* Pada BRI Syariah KCP Lawang”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis menemukan beberapa perumusan masalah yakni :

1. Apakah Kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* ?
2. Apakah Keamanan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* ?
3. Apakah Kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* ?

4. Apakah Kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh simultan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui apakah keamanan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*.
3. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh parsial terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui apakah kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh simultan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan, bahan evaluasi serta gambaran objektif tentang faktor apa saja yang memengaruhi nasabah bank dalam perilaku pemakaian *mobileBRIS*.
2. Dapat digunakan sebagai referensi dan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang ingin meneliti lebih lanjut tentang eksplorasi perilaku nasabah bank dalam menggunakan *mobile banking*.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melakukan penelitian sehingga dapat memperkaya teori yang digunakan dalam menguji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, peneliti tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian yang dijelaskan diatas. Penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian yang diteliti. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian yang diteliti.

Pertama, Nur Inayah (2018) Model Perilaku Penggunaan *Mobile Banking* Di Bank Syariah. Penelitian ini memiliki tujuan menguji perilaku nasabah bank syariah dalam menggunakan *mobile banking* dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis pada tahun 1989. Alasan penelitian ini dilakukan karena hampir semua perbankan baik konvensional maupun syariah telah mengembangkan produk berbasis internet yaitu *mobile banking* untuk memberikan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa harus datang langsung ke bank karena dapat diakses setiap saat. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah perbankan syariah di Semarang yang menggunakan *mobile banking* dan sampel yang digunakan berjumlah 100 responden. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling purposive* dan teknik analisis data yang digunakan

adalah statistik data SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil dari penelitian ini adalah persepsi kemudahan, persepsi kemudahan melalui persepsi kemanfaatan, persepsi kemanfaatan, sikap penggunaan, dan motivasi spiritual berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

Kedua Mario Ledesman (2018) Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh manfaat terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya, untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya, untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* di BSM Bandar Jaya, untuk mengetahui bagaimana pelayanan *mobile banking* menurut perspektif Islam. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 78 responden. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat, dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*, sedangkan kepercayaan berpengaruh negative terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Ketiga, Risma Afifah (2017) Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, untuk mengetahui apakah

kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, untuk mengetahui apakah ketersediaan fitur berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*, dan untuk mengetahui apakah kegunaan, kemudahan, kepercayaan, dan ketersediaan fitur berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan 100 orang responden sebagai sampel penelitian. Dan hasil dari penelitian ini adalah persepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*

Keempat, Ni Putu Sulastini dan I Gde Ketut Warmika (2014) dalam penelitiannya berjudul *A Study of The Factors That Influence The Level of Consumer Satisfaction Towards The Use of Internet Banking*. Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti persepsi apa saja yang dapat mempengaruhi nasabah merasa puas dalam menggunakan internet banking. Penelitian ini menggunakan kuisioner untuk mendapatkan data penelitian, jumlah responden yang diambil adalah sebesar 200 responden. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan, persepsi kegunaan, kemudahan, kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam penggunaan internet banking.

Kelima, Andrew Gunawan (2014), *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis factor-faktor yang mempengaruhi minat seorang nasabah untuk mau menggunakan Sistem Informasi Akuntansi Perbankan berupa Internet banking dengan menggunakan Teknologi Acceptance Modal (TAM). Objek penelitian ini

adalah nasabah Bank Central Asia yang ada dikota Palembang. Sampel yang diambil oleh peneliti sebanyak 194 responden dengan menggunakan alat Structural Equation Model (SEM). Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, persepsi keamanan, dan sikap berhubungan berpengaruh positif terhadap minat nasabah Bank Central Asia di Kota Palembang untuk menggunakan Internet Banking.

Keenam, Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud, (2015) Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan yang dirasakan berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money, untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money, untuk mengetahui ketersediaan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan e- kartu uang, untuk mengetahui pengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan kartu e-money. Objek penelitian adalah responden yang belum menggunakan kartu e-money. Hasil uji deskriptif menunjukkan; pengaruh signifikan persepsi manfaat terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money, pengaruh signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money, pengaruh signifikan ketersediaan fitur terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money dan pengaruh signifikan kepercayaan terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money.

Ketujuh, Jason Lim Chiu and Nelson C. Bool (2017), Challenges and Factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking service in the Philippines. Penelitian ini bertujuan untuk menilai efek langsung dari anteseden kepercayaan awal, efek mediasi kepercayaan dan efek moderasi variabel demografis pada niat perilaku non-adopters untuk menggunakan mobile banking. Peneliti menggunakan aplikasi spss sebagai alat untuk mengukur apakah variable yang digunakan terdapat pengaruh positif atau tidak. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *potential antecedents of trust, the mediating effect of trust, and the moderating effect* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan layanan mobile banking di Philipina. Hasil dari penelitian ini akan membantu lembaga keuangan menciptakan hubungan yang menguntungkan dengan konsumen dan meningkatkan pemahaman mereka tentang manfaat mobile banking.

Kedelapan, Kanokkarn Snae Namahoot, 2016, Assessing the intentions to use internet banking The role of perceived risk and trust as mediating factors. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara lima dimensi kualitas layanan terhadap niat perilaku keseluruhan untuk menggunakan internet banking di Thailand. Penelitian ini menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan data penelitian, jumlah responden yang digunakan untuk data penelitian sebanyak 505 responden. Pengolahan data dilakukan dengan cara pendekatan Structural Equation Modelling (SEM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan, resiko yang dirasakan, dan kepercayaan mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan internet banking.

Kesembilan, Mohammed Z. Salem, Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan perbankan online pelanggan Palestina. Penguji menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan data penelitian, jumlah responden yang digunakan sebanyak 500 responden, dengan total 369 kuisisioner lengkap dikembalikan. Temuan hasil dari model yang diuji dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan layanan perbankan online dipengaruhi, masing-masing, oleh kepemimpinan, kepercayaan elektronik, kesetiaan pelanggan, nilai pelanggan untuk personalisasi online, kepedulian pelanggan terhadap privasi keamanan.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/Judul Penelitian	Variabel dan Indikator / Fokus Penelitian	Metode / Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Nur Inayah (2018) Model Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Syariah	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) (X), Perilaku Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	teknik analisis data yang digunakan adalah statistik data SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>) dengan menggunakan software statistik <i>warpPLS 5.0</i> .	Presepsi kemudahan, presepsi kemudahan melalui presepsi kemanfaatan, presepsi kemanfaatan, sikap penggunaan, dan motivasi spiritual berpengaruh

				positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>
2	Mario Ledesman (2018) Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan <i>Mobile Banking</i>	Manfaat (X1), Kepercayaan (X2), Kemudahan (X3), Minat menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Metode analisis data menggunakan uji regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (uji t dan uji f), kemudian data diolah menggunakan aplikasi SPSS 17 <i>for windows</i> .	Presepsi manfaat, dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> Sedangkan kepercayaan berpengaruh negative terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>
3	Risma Afifah (2017) Pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Mandiri	Manfaat (X1), Kemudahan (X2), Kepercayaan (X3), dan Ketersediaan Fitur (X4), Penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda	Presepsi manfaat, kemudahan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap penggunaan <i>mobile banking</i>

4	Ni Putu Sulastini dan I Gde Ketut Warmika (2014) dalam penelitiannya berjudul A Study of The Factors That Influence The Level of Consumer Satisfaction Towards The Use of Internet Banking.	Presepsi keamanan (X1), presepsi keunggulan (X2), kemudahan (X3), kualitas layanan (X4), Kepuasan penggunaan Internet banking (Y)	Instrumen penelitian menggunakan angket (kuisisioner) Analisis regresi berganda	presepsi keamanan, presepsi kegunaan, kemudahan, kualitas layanan, berpengaruh positif terhadap kepuasan dalam penggunaan internet banking.
5	Andrew Gunawan, 2014, Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking	Aplikasi Technology Acceptance Model meliputi presepsi Kegunaan (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan Presepsi Keamaan (X3), Penggunaan Internet Banking (Y)	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Aplikasi TAM yang meliputi presepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, dan presepsi keamaan berpengaruh positif terhadap minat pemakaian internet banking.
6	Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud, 2015 Kemudahan, Fitur Layanan, dan Kepercayaan	Kemudahan (X1), Fitur Layanan (X2), Kepercayaan (X3), Minat menggunakan E-Money Card (Y)	Analisis Regresi linier berganda	Hasil dari penelitian ini adalah persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, ketersediaan

	Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta)			fitur, kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan kartu e-money
7	Jason Lim Chiu and Nelson C. Bool, 2017, Challenges and Factors influencing initial trust and behavioral intention to use mobile banking service in the Philippines	potential antecedents of trust (X1), the mediating effect of trust (X2), and the moderating effect (X3), Use mobile banking (Y)	Analisis PATH	Hasil dari penelitian ini adalah <i>potencial antecedents of trust, the mediating effect of trust, and the moderating effect</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan layanan mobile banking di Philipina
8	Kanokkarn Snae Namahoot, 2016, Assessing the intentions to use internet banking The role of perceived risk and trust as mediating factors	service quality (X1), perceived risk (X2), and trust influence behavioural intentions (X3), use internet banking (Y)	Analisis frekuensi, deskriptif, dan Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Hasilnya menunjukkan bahwa <i>service quality, perceived risk, and trust influence behavioural intentions</i> mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan internet

				banking.
9	Mohammed Z. Salem, Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services	technology adoption propensity (X1), customers value for online personalization (X2), customers privacy concern (X3), e-trust technological leadership (X4), loyalty (X5), usage of online banking services (Y)	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM), uji validitas dan uji reliabilitas.	Hasil dari model yang diuji dengan jelas menunjukkan bahwa <i>adoption propensity, customers value for online personalization, customers privacy concern, e-trust technological leadership, loyalty</i> berpengaruh positif terhadap minat pemakaian internet banking.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 *Mobile Banking*

2.2.1.1 Pengertian *Mobile Banking*

Menurut Mahendra (2012) mendefinisikan *mobile banking* adalah “sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash”. Layanan *m-Banking* ini adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*.

Dapat disimpulkan bahwasanya *Mobile banking* diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, di mana saja, kapan saja, tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

Sedangkan menurut Hanif et al (2017) *Mobile banking* adalah layanan yang disediakan oleh bank atau lembaga keuangan lainnya yang memungkinkan pelanggannya untuk melakukan transaksi keuangan dari jarak jauh dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti *smartphone*, maupun tablet. Sedangkan dalam penelitian Hanif et al, menyatakan bahwa *mobile banking* merupakan sebuah fasilitas dari bank dalam era modern yang mengikuti perkembangan teknologi dan komunikasi. Layanan yang terdapat pada *mobile banking* meliputi pembayaran, transfer, *history*, dan lain sebagainya. Penggunaan layanan *mobile banking* tersebut pada telepon seluler memungkinkan para nasabah untuk menjalankan aktivitas perbankannya menjadi lebih mudah dan juga tanpa batas ruang dan waktu.

2.2.2 Technoogy Acceptance Model (TAM)

2.2.2.1 Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan suatu model penerimaan sistem teknologi informasi yang digunakan oleh masyarakat. Teori ini pertama kali di kenalkan oleh Davis (1986) yang dikembangkan dari suatu *Theory of Reasoned Action* (TRA) oleh Ajzen dan Feishbein (1980). *Technology Acceptance Model* (TAM) ini merupakan salah satu teori yang paling sering digunakan dalam mengukur tingkat penerimaan dan pemahaman nasabah dalam menggunakan suatu layanan yang baru saja diluncurkan (Hartono, 2008: 114-115).

Menurut Sugianto (2014), Model dari *Technology Acceptance Model* (TAM) ini dikembangkan dari teori psikologis yang menjelaskan bahwa perilaku pengguna layanan berbasis teknologi informasi tersebut berlandaskan pada kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), keinginan (*intention*), serta hubungan perilaku pengguna (*user behavior relationship*).

Menurut Van den Bosch dalam Kurniawan, Samuel, & Japariato, 2013 dikatakan bahwa penerimaan konsumen akan layanan baru berbasis teknologi dapat dilihat dari sikap positif nasabah terhadap layanan dan perilaku yang sesungguhnya dalam menggunakan layanan. Semakin positif sikap yang ditunjukkan nasabah terhadap layanan baru tersebut, dan semakin seringnya nasabah dalam penggunaan yang sebenarnya maka hal tersebut dapat menunjukkan semakin baiknya konsumen dalam menerima layanan baru tersebut. Dengan demikian, apabila sikap dan

penggunaan aktualnya tinggi maka diharapkan akan berdampak pada kenaikan penggunaan layanan.

Menurut Hartono, (2008:134) menyebutkan beberapa kelebihan yang dimiliki oleh teori *Technology Acceptance Model* yaitu:

1. TAM adalah model keperilakuan yang bermanfaat dalam menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai keinginan untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan teori dasar yang kuat.
3. TAM telah diuji oleh sebagian besar peneliti yang menghasilkan bahwa sebagian besar mendukung dan dapat disimpulkan bahwa TAM adalah model yang baik.
4. TAM merupakan model yang sederhana akan tetapi mendapatkan hasil yang valid.

2.2.3 Kemudahan

2.2.3.1 Pengertian Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2008:115) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Presepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu system dirancang bukan untuk menyulitkan penggunaannya, tapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. Dengan kata lain seseorang yang menggunakan system akan bekerja lebih mudah dibandingkan dengan seseorang bekerja secara manual.

Eni Noviarni (2014) memberikan beberapa indikator yang dipergunakan untuk mencari persepsi kemudahan penggunaan adalah :

1. Efisiensi waktu

Responden merasa tidak membutuhkan waktu lama karena kemudahan yang terdapat dalam *mobile banking*.

2. Kemudahan Penggunaan

Responden merasa sangat mudah untuk menggunakan *mobile banking*.

3. Kemudahan operasional

Responden merasa mudah dalam mengoperasikan *mobile banking*.

4. Penggunaan yang fleksibel

Responden merasa *mobile banking* bisa digunakan secara fleksibel tanpa kesulitan apapun.

2.2.4 Keamanan

2.2.4.1 Pengertian Keamanan

Menurut Chellappa (2014) keamanan sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Sedangkan menurut Park dan Kim (2004), mendefinisikan *security* atau keamanan diartikan sebagai kemampuan toko *online* dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Sebagai saluran pemasaran baru, *E-commerce* lebih mengandung ketidak pastian dan risiko dibandingkan dengan pembelian secara konvensional. Hal ini dikarenakan antara penjual dan pembeli tidak saling bertemu pada saat transaksi berlangsung.

Selain itu semakin berkembangnya teknologi, semakin berkembang pula modus penipuan berbasis teknologi pada penggunaan *mobile banking*. Menurut Rahadi (2013) keamanan juga dapat diartikan pendapat responden tentang kenyamanan dalam bertransaksi pada *internet banking* dengan keamanan yang memadai, keamanan sangat di pertimbangkan oleh responden ketika responden menggunakan *internet banking*.

Menurut Radomir et al (2014) dan Perkins et al. (2013) menjelaskan beberapa indikator tentang keamanan yaitu :

1. Informasi layanan sangat akurat.
Responden merasa informasi layanan internet banking sangat akurat.
2. Data pribadi aman.
Responden merasa data pribadinya terjaga kerahasiaannya.
3. Keamanan dalam bertransaksi.
Responden merasa aman saat melakukan proses transaksi.
4. Kenyamanan dalam bertransaksi.
Responden merasa nyaman saat bertransaksi.

2.2.4.2 Keamanan dalam agama Islam

Islam adalah agama yang banyak berbicara tentang masalah keamanan. Sebagai contoh, dapat ditemukan tentang kisah yang menunjukkan bahwa Islam telah memiliki perhatian tentang keamanan informasi yang tersirat disampaikan melalui kisah Nabi Sulaiman as. Kisah tersebut terdapat dalam QS. An-Naml ayat 27-30 (Soedirno, 2018)

قَالَ سَنَنْظُرُ أَصَدَقْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْكَاذِبِينَ () اذْهَبْ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْقِهِ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ

مِنْ سُلَيْمَانَ وَإِنَّهُ بِسْمِ اللَّهِ (فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ () قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ إِنِّي أُلْقِيَ إِلَيَّ كِتَابٌ كَرِيمٌ () إِنَّهُ

الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ () أَلَا تَعْلَمُونَ عَلَيَّ وَأَتُونِي مُسْلِمِينَ)

Artinya :

Berkata Sulaiman, "Akan kami lihat, apa kamu benar, atukah kamu termasuk orang-orang yang berdusta. Pergilah dengan(membawa) suratku, ini, lalu jatuhkanlah kepada mereka, kemudian berpalinglah dari mereka, lalu perhatikanlah apa yang mereka bicarakan." Berkata ia (Balqis) "Hai pembesar-pembesar, sesungguhnya telah dijatuhkan kepadaku sebuah surat yang mulia. Sesungguhnya surat itu dari Sulaiman dan sesungguhnya (isi)nya, "Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pemurah lagi Maha Penyayang. Bahwa janganlah kamu sekalian berlaku sombong terhadapku dan datanglah kepadaku sebagai orang-orang yang berserah diri.

Dalam kisah ini dijelaskan bagaimana burung hud mengantarkan sendiri surat yang diperintah oleh Nabi Sulaiman kepada ratu bilqis. Hal ini dilakukan oleh burung hud demi menjaga kerahasiaan data informasi yang ada dalam surat tersebut. Kisah ini menunjukkan bahwa sejak zaman Nabi Sulaiman as konsep keamanan telah diterapkan, keterangan diatas menunjukkan bahwa islam sangat memperhatikan dalam penerepan konsep kemanan transaksi dan keamanan kerahasiaan data.

2.2.5 Kepercayaan

2.2.5.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Ujang Sumarwan (2004), kepercayaan adalah kekuatan kepercayaan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu. Konsumen harus memperhatikan

merek dari suatu produk ketika mengevaluasi atribut yang dimiliki oleh masing-masing merek. Kepercayaan tersebut sering disebut sebagai object- attribute linkages, yaitu kepercayaan konsumen tentang kemungkinan adanya hubungan antara sebuah objek dengan atributnya yang relevan.

Menurut Sunarto (2006) dalam (Amelia Andhini (2017). “Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya”.

Mowen dan Minor (2002), menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap

Kepercayaan bersifat penting dalam dunia online banking, dikarenakan mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya.

Terdapat beberapa indikator yang di kemukakan oleh McKnight et. al. (Jennifer Adji dan Hatane Samuel, 2014), yaitu:

1. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (penjual toko maya)

yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. McKnight et al menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun trusting belief, yaitu benevolence, integrity, competence.

a. Benevolence

Benevolence (unit baik) berarti seberapa besar seseorang (konsumen) percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesesuaian penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

b. Competence

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang (konsumen) terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. McKnight et al

menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

a. *Willingness to depend*

Willingness to depend adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

b. *Subjective probability of depending* *Subjective probability of depending*.

Subjective probability of depending *Subjective probability of depending* adalah kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.

2.2.5.2 Kepercayaan dalam agama Islam

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti apa yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang Nabi Muhammad saw selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun barang dagangan (Rivai, 2012).

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah difirmankan dalam Q.S Al-Anfal: 27:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَلَوْ تَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.

Ayat ini menyebutkan secara prioritas tingkat amanah yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman. Amanah kepada Allah, amanah Rasul-Nya dan Mnah terhadap antar sesama orang artinya dalam ayat ini sangat ditegaskan bahwasanya amanah atau kepercayaan memang harus dibangun baik bagi individu maupun antar hubungan perorangan.

Dicontohkan juga oleh Nabi Muhammad saw dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang (Rivai, 2012).

Dari Abu Sa’id Al-Khudri ra.dari Nabi Muhammad saw. beliau bersabda:

التاجر الصدوق الأمين مع النبيين والصديقين والشهداء

Artinya:

“Pedagang yang jujur lagi dipercaya (amanah) akan bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada.” (HR. At-Tirmidzi).

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwasanya sifat dapat dipercaya yang diterapkan oleh para perusahaan akan mendapatkan balasan nanti di akherat. Hal tersebut akan menimbulakn tentang presepsi kepercayaan nasabah terhadap sebuah perusahaan yang menerapkannya.

2.2.6 Perilaku Pemakaian

2.2.6.1 Pengertian Perilaku Pemakaian

Menurut Ajzen (2011) menjelaskan bahwa perilaku sebagai reaksi bersifat sederhana maupun kompleks dan merupakan ekspresi sikap seseorang. Sikap itu sudah terbentuk dalam dirinya karena sebagai tekanan atau hambatan dari luar maupun dalam dirinya. Artinya potensi reaksi yang sudah terbentuk dalam dirinya akan muncul berupa perilaku aktual sebagai cerminan sikapnya.

Menurut Jogiyanto (2008) Perilaku adalah tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Dalam konteks penggunaan sistem teknologi informasi, perilaku adalah penggunaan sesungguhnya dari teknologi.

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

Menurut Anandro (2016:41) menjelaskan bahwa minat sangat erat hubungannya dengan perilaku karena seseorang akan melakukan suatu perilaku jika seseorang tersebut berkeinginan atau memiliki minat untuk melakukannya. Sehingga minat perilaku (*behavioral intention to use*) dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi seseorang yang memiliki keinginan untuk melakukan suatu perilaku pada penggunaan teknologi. Seseorang akan merasa puas menggunakan teknologi jika meyakini bahwa teknologi tersebut mudah digunakan dan akan meningkatkan kinerjanya.

Menurut Eni Noviarni (2014) perilaku pemakaian *mobile banking* diukur melalui beberapa indikator yaitu :

1. Keinginan pemakaian

Responden merasa ingin menggunakan *mobile banking*.

2. Kesesuaian penggunaan

Responden merasa *mobile banking* sesuai dengan kebutuhan responden.

3. Kepuasan pemakaian

Responden merasa puas dengan kinerja *mobile banking*.

4. Keinginan merekomendasikan

Dengan kenyamanan yang dirasakan oleh responden, responden ingin merekomendasikan kepada orang lain.

2.2.6.2 Perilaku Pemakaian menurut Islam

Menurut Muflih (2006), perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah swt. Setiap pergerakan dirinya yang berbentuk dengan pembelian sehari-hari tidak lain adalah meninvestasi zikir dirinya atas nama Allah.

Keterlibatan dalam proses apapun Allah melarang umatnya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktifitas pembelian. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, antara yang baik dan buruk, begitupun yang halal atau yang haram.

Sedangkan menurut pandangan islam mengenai minat pembelian berdasarkan QS Al-Maidah ayat 100, yaitu :

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْحَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ

الْحَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ

Artinya :

“Katakanlah "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, maka bertakwalah kepada Allah hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan".

Dalam ayat diatas dijelaskan seorang akan memutuskan untuk membeli atau memakai sebuah produk dengan cara memilih terlebih dahulu mana yang baik dan mana yang halal. Serta dijelaskan juga bahwasanya diharuskan untuk seorang muslim agar memilih produk untuk menyertai kepada Allah supaya mendapatkan keberuntungan dalam memilih produk.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* (X1) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y)

Menurut Jogiyanto (2008:115) kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Presepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu system dirancang bukan untuk menyulitkan penggunaannya, tapi justru untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Ni Putu Sulastini dan I Gde Ketut Warmika menunjukkan bahwa jika persepsi kemudahan penggunaan ditingkatkan, maka niat menggunakan *internet banking* akan meningkat. Signifikansi hasil pengujian uji t menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap niat menggunakan *internet banking*.

Jason Lim Chiu and Nelson C. Bool (2017) menyatakan bahwa faktor kemudahan penggunaan yang dirasakan mempengaruhi penggunaan konsumen internet banking.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian teori yang peneliti temukan, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Kemudahan (X1) berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian mobile banking (Y).

2.3.2 Pengaruh Keamanan dalam penggunaan *mobile banking* (X2) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

Menurut Chellappa (2014) keamanan sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data.

Menurut Rahadi (2013) keamanan juga dapat diartikan pendapat responden tentang kenyamanan dalam bertransaksi pada *internet banking* dengan keamanan yang memadai, keamanan sangat di pertimbangkan oleh responden ketika responden menggunakan *internet banking*.

Menurut Andrew Gunawan dalam penelitian (2014) menyatakan bahwa penambahan variabel keamanan merupakan hal yang penting dilakukan, karena keamanan dianggap sebagai konstruk laten yang dapat mempengaruhi minat seseorang dalam penerimaan sebuah sistem informasi khususnya sistem informasi akuntansi yang terbuka penggunaannya seperti Internet Banking. Penambahan variabel keamanan ini juga dilakukan dengan memperhatikan fenomena-fenomena keamanan yang terjadi sepanjang penerapan Internet Banking diIndonesia. pada tahun

2010 terjadi pembobolan rekening nasabah Bank BCA, BNI, dan Bank Permata yang diduga dilakukan dari Internet Banking dengan menggunakan Trojan Zeus yang disusupi kedalam browser.

Hasil dari penelitian Andrew Gunawan menyatakan bahwa pengaruh keamanan sitem pada internet banking berpengaruh positif pada niat penggunaan internet banking oleh nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian teori yang peneliti temukan, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Keamanan dalam penggunaan *mobile banking* (X2) berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

2.3.3 Pengaruh kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* (X3) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

Menurut Tatik Suryani (2013:93) menjelaskan bahwa kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi internet banking aman untuk digunakan. Kepercayaan lebih penting dalam dunia online banking mengandung informasi yang sensitif dan pihak yang terlibat dalam transaksi keuangan mengkhawatirkan akses terhadap file penting dan informasi yang dikirim melalui internet. Kepercayaan ditunjukkan dari keyakinan nasabah untuk menerima kerentanan dalam memenuhi harapannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Risma Afifah 2017, menyatakan bahwa presepsi kepercayaan yang dilakukan oleh nasabah berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan

oleh Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud 2015, menyatakan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh positif terhadap penggunaan *e-moneycard*.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian teori yang peneliti temukan, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* (X3) berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y)

2.3.4 Pengaruh kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan (X3) dalam penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y)

Jogiyanto (2009) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya.

Menurut Mahardika dan Basuki (2011), 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.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputro, Sukirno (2013) dengan penelitian yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kecemasan Berkomputer dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan *Internet Banking*” terdapat pengaruh positif dan signifikan pada persepsi kemudahan minat menggunakan *Internet Banking*.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan kajian teori yang peneliti temukan, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

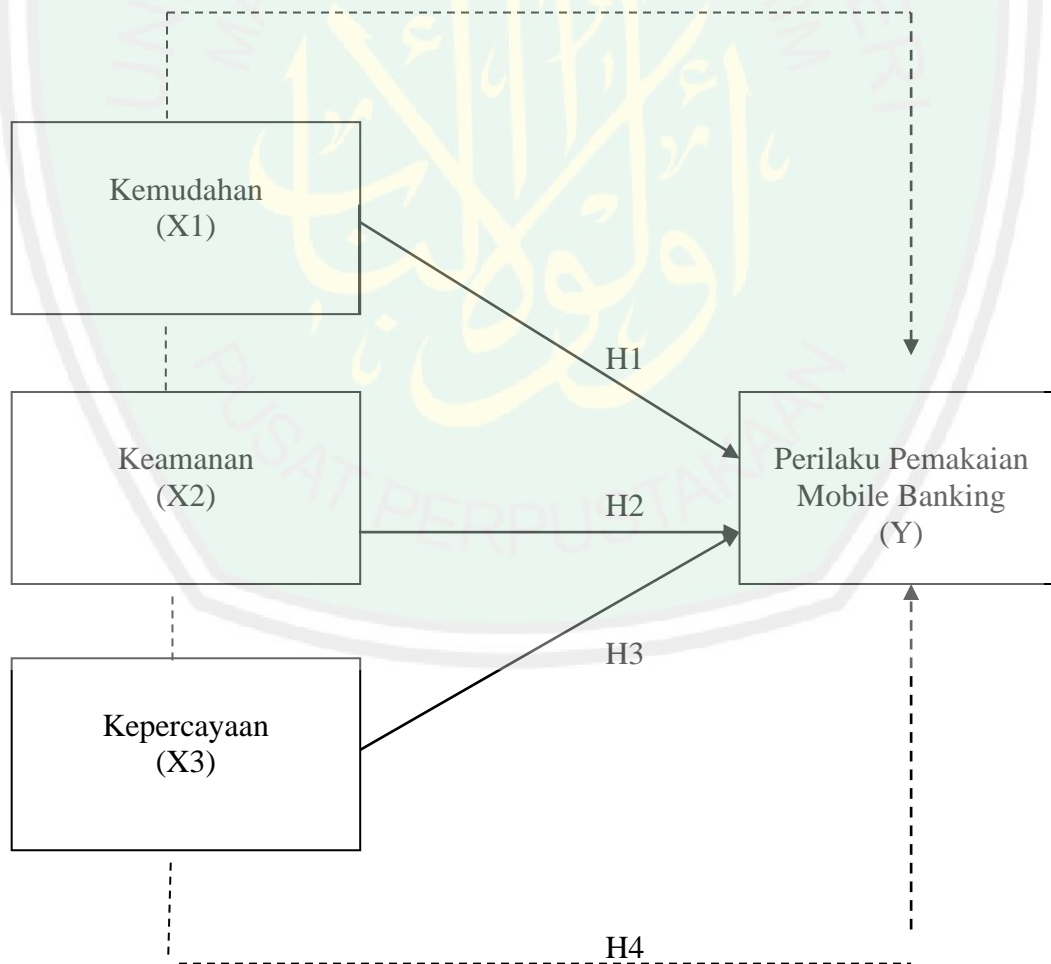
H4 :kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan (X3) dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y)

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan penjelasan diatas maka kerangka berfikir yang dapat dibuat sebagai berikut :

Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual



Sumber : Disusun oleh peneliti (2019)

Keterangan :

Hubungan secara parsial _____

Hubungan secara simultan -----

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H1 : pengaruh kemudahan dalam penggunaan *mobile banking* (X) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

H2 : pengaruh keamanan dalam penggunaan *mobile banking* (X2) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

H3 : pengaruh kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* (X3) terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y)

H4 : pengaruh kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan (X3) dalam penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* (Y).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Menurut tujuannya merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel maupun lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan antara satu variabel dengan variabel yang lain, (Sugiyono.2008;11).

3.2 Lokasi Penelitian

Untuk lokasi penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada BRI Syariah KCP Lawang yang terletak pada Jln. Komplek Ruko Lawang View Kav.8 Kec. Lawang Malang, Jawa Timur -65211. Alasan peneliti melakukan penelitian di lokasi tersebut dikarenakan banyaknya nasabah yang menggunakan *mobile banking* BRIS Syariah KCP Lawang, sementara BRI Syariah KCP Lawang merupakan daerah yang lumayan jauh dari pusat kota Malang.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Moh Kassiram (2008) Populasi merupakan keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah BRI Syariah KCP Lawang.

3.3.2 Sampel

Menurut Moh Kassiram (2008) Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati.

Menurut Malhotar (1993) besarnya sampel yang diambil dapat dihitung dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 4, atau 5x jumlah variabel. Jika kriteria dirubah menjadi 5x jumlah item, maka diperoleh sehingga sampel semakin banyak. Jika item yang diamati berjumlah 16, maka sampel minimalnya adalah 80 (5x16). Berdasarkan perhitungan sampel menurut Malhorta dapat diketahui bahwa sampel minimum yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 responden. Dalam penelitian ini peneliti mampu menyebarkan kuisisioner sebanyak 120 kuisisioner, dengan kata lain peneliti memperoleh sampel sebanyak 120 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan *Accidental Sampling*, teknik penentuan sampel ini berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, bila yang dipandang orang-orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data (Martono, 2010). Sedangkan menurut Hasan (2002), *sampling kebetulan* merupakan bentuk *sampling non probabilitas*, dimana anggota sampelnya yang dipilih, diambil berdasarkan kemudahan mendapatkan data yang diperlukan, atau seadanya, seperti mudah ditemui atau dijangkau atau kebetulan ditemukan.

3.5 Data dan Jenis Data

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, dibutuhkan dua jenis data yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner yaitu data yang diperoleh dari nasabah BRI Syariah KCP Lawang serta informasi data berdasarkan keterangan dari pegawai BRI Syariah KCP Lawang.

2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui study kepustakaan. Di dalam studi kepustakaan ini pertama tama diadakan identifikasi buku-buku dan litelatur yang ada kaitannya dengan ruang lingkup materi penelitian yaitu buku-buku yang berhubungan dengan judul penelitian

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan teknis kuesioner yaitu: Metode pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh responden, kuesioner dapat di isi langsung oleh responden dengan menggunakan *hardcopy* dan *google kuisioner* yang telah disediakan guna mempermudah nasabah dalam pengisian kuesioner.

Peneliti menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukurannya. Dalam skala *likert* terdapat sebuah pernyataan dalam kuisisioner yang akan diisi oleh responden. Setiap responden diminta untuk menjawab dan mengisi pernyataan yang terdapat dalam kuisisioner dengan acuan pengukuran skala *likert*.

Tabel 3. 1
Skor Penilaian Skala *Likert*

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

Sumber : Sugiono (2013)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah pengertian variabel (yang diungkapkan dalam definisi konsep) tersebut, secara operasional, secara praktik, secara nyata dalam lingkup obyek yang di analisis. Adapun yang akan di analisis terdiri dari kemudahan, keamanan dan kepercayaan dalam penggunaan *Mobile Banking* terhadap perilaku pemakaian *mobile banking*. Definisi operasional dari setiap variabel penelitian akan dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 3. 2

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Item	Sumber
1	Kemudahan (X1)	kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha	Efisiensi waktu	Responden merasa tidak membutuhkan waktu lama karena kemudahan yang terdapat dalam <i>mobile banking</i>	Menurut Jogiyanto (2008) Eni Noviarni (2014)
			Kemudahan Penggunaan	Responden merasa sangat mudah untuk menggunakan <i>mobile banking</i>	Menurut Jogiyanto (2008) Eni Noviarni (2014)
			Kemudahan operasional	Responden merasa mudah dalam mengoperasikan <i>mobile banking</i>	Menurut Jogiyanto (2008) Eni Noviarni (2014)
			Penggunaan yang fleksibel.	Responden merasa <i>mobile banking</i> bisa digunakan secara fleksibel tanpa kesulitan apapun.	Menurut Jogiyanto (2008) Eni Noviarni (2014)
2	Keamanan (X2)	keamanan sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan	Informasi layanan sangat akurat	Responden merasa informasi layanan internet	Chellappa (2014) Radomir et al (2014) dan

		pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data		banking sangat akurat	Perkins et al. (2013)
			Data pribadi aman	Responden merasa data pribadinya terjua kerahasiaannya	Chellappa (2014) Radomir et al (2014) dan Perkins et al. (2013)
			Keamanan dalam bertransaksi	Responden merasa aman saat melakukan transaksi	Chellappa (2014) Radomir et al (2014) dan Perkins et al. (2013)
			Kenyamanan dalam bertransaksi.	Responden merasa nyaman saat bertransaksi	Chellappa (2014) Radomir et al (2014) dan Perkins et al. (2013)
3	Kepercayaan (X3)	kepercayaan dalam konteks ini adalah persepsi nasabah bahwa teknologi internet banking aman untuk digunakan.	<i>Benevolence</i>	Nasabah percaya bahwa layanan yang terdapat dalam <i>mobile banking</i> BRI Syariah KCP Lawang adalah bersifat baik.	Tatik Suryani (2013) Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. (2013).
			<i>Competence</i>	Nasabah percaya bahwa layanan <i>mobile banking</i> memiliki layanan yang	Tatik Suryani (2013) Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., &

				dibutuhkan.	Nathan, R. J. (2013).
			<i>Willingness to depend</i>	Nasabah bersedia untuk bergantung pada layanan <i>mobile banking</i> dengan segala kemungkinan resiko yang akan datang	Tatik Suryani (2013) Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. (2013).
			<i>Subjective</i>	Nasabah bersedia untuk memberikan informasi pribadi, melakukan transaksi, serta mengikuti saran yang diberikan oleh layanan <i>mobile banking</i> BRI Syariah KCP Lawang.	Tatik Suryani (2013) Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. (2013).
4	Perilaku Pemakaian (Y)	perilaku sebagai reaksi bersifat sederhana maupun kompleks dan	Keinginan menggunakan	Responden merasa ingin menggunakan <i>mobile banking</i> .	Ajzen (2011) Eni Noviarni (2014)

	merupakan ekspresi sikap seseorang	Kesesuaian penggunaan	Responden merasa <i>mobile banking</i> sesuai dengan kebutuhan responden	Ajzen (2011) Eni Noviarni (2014)
		Kepuasan pemakaian	Responden merasa puas dengan kinerja <i>mobile banking</i> .	Ajzen (2011) Eni Noviarni (2014)
		Keinginan merekomendasikan <i>internet banking</i>	kenyamanan yang dirasakan oleh responden, ingin merekomendasikan kepada orang lain.	Ajzen (2011) Eni Noviarni (2014)

3.8 Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Singarimbun (1987) dalam Asnawi dan Mashuri (2011) uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang dikur. Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

X = skor item

Y = skor total

XY = skor pernyataan

n = Jumlah responden

r = kolerasi *product moment*

Adapun dasar pengambilan keputusan suatu item valid atau tidak valid menurut Sugiyono (1999) dalam Asnawi dan Mashuri (2011) “Dapat diketahui dengan cara mengkorelasikan antara skor total bila korelasi r di atas 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid sebaliknya bila kolerasi r dibawah 0,30 maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut tidak valid sehingga harus diperbaiki atau dibuang”.

2. Uji Reabilitas

Menurut Arikunto (2002) dalam Asnawi dan Mashuri (2011) reliabilitas menunjukkan pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Teknik untuk mengukur reliabilitas instrument dengan menggunakan rumus *alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyak butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians tota

Apabila variabel yang diteliti mempunyai *cronbach's alpha* (α) > 60% (0,60)

maka variabel tersebut dikatakan *reliable* sebaiknya *cronbach's alpha* (α) <

60% (0,60) maka variabel tersebut dikatakan *reliable*.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan persyaratan statistic yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda berbasis *ordinary least square* (OLS).

Menurut Sani (2010) untuk mendapatkan nilai pemeriksaan yang tidak bias dalam analisis regresi linier berganda harus memenuhi beberapa asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Multikolonieritas

Menurut Frish dalam Suhariyadi (2004) menyatakan bahwa multilolinieritas adalah adanya dari dua hubungan linier yang sempurna. Apabila terjadi multikolinier yang sempurna (koefisien antara variabel bebas = 1) maka koefisien regresi dari variabel bebas tidak ditentukan dan standart erornya tidak terhingga. Untuk mendekteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*variance inflaction factor*) Santo (2002) dalam Sani (2010).

Pedoman suatu model yang bebas multikolinieritas yaitu mempunyai nilai VIF d" 4 atau 5. Menurut Soekartiwi (1999) dalam Sani (2010) mengatakan

bahwa meskipun pada umumnya telah diusahakan agar besaran kolerasi antara variabel independen diusahakan tidak terlalu tinggi (misalnya dengan memperbaiki spesifikasi dan variabel yang dipakai), namun dalam praktek masalah kolinieritas ini sulit dihindarkan.

2. Uji Autokolerasi

Model regresi yang baik adalah bebas dari autoklerasi menurut Ghozali dalam Sani (2010). Menurut singgih (2002) dalam Sani (2010), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi melalui tabel Durbin-waston yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

- a. Jika angka D-W dibawah -2 berarti autokolerasi positif
- b. Jika angka D-W diatas +2 berarti autokolerasi negative
- c. Jika angka D-W dibawah -2 sampai dengan +2 berarti tidak ada autokolerasi

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam metode regresi dalam variabel dependen dengan variabel independensi mempunyai distribusi normal atau tidak. Proses uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov smirnov.

Uji normalitas data dilakukan dengan memperlihatkan penyebaran data (titik) pada normal *p plot of regression standardized residual* variabel independen dimana:

- a. Jika data menyebar digaris diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.3 Uji Statistik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dalam penggunaan *mobile banking* terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* pada BRIS Syariah KCP Lawang.

Menurut Suharydi dan Purwanto (2009) regresi linier berganda digunakan untuk analisis dengan jumlah variabel independen lebih dari dua variabel. Persamaan dengan dua variabel atau lebih adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = Perilaku Pemakaian

a = Konstanta

b₁, b₂, b₃, = Koefisien Regresi

X₁ = Kemudahan

X₂ = Keamanan

X₃ = Kepercayaan

e = *error* / variabel pengganggu

1. Uji Signifikansi Stimultan

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen (Ghozali, 2005).

Ho : variabel-variabel bebas yaitu Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan mempunyai tidak pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu Perilaku Pemakaian.

Ha: variabel-variabel bebas yaitu Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel berikutnya yaitu Perilaku Pemakaian.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila probabilitas signifikansi > 0.05 , maka Ho diterima dan Ha ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikansi < 0.05 , maka Ho ditolak dan Ha diterima.

2. Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apabila variabel X1, X2, X3, (Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan) benar-benar berpengaruh secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005).

Ho: variabel Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Pemakaian

Ha: variabel Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Pemakaian.

Dasar pengambilan keputusan adalah dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- a. Apabila angka probabilitas signifikansi ≥ 0.05 maka Ho diterima dan Ha ditolak
- b. Apabila angka probabilitas signifikansi ≤ 0.05 , maka Ho ditolak dan H1 diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Paparan Data dan Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1 Latar Belakang Perusahaan

PT. Bank BRISyariah terbentuk berawal dari proses akuisisi oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007, setelah proses akuisisi dan mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka sebulan setelah izin yang diberikan pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah secara resmi beroperasi. Setelah sekian lama beroperasi kemudian PT. Bank BRISyariah merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Kehadiran PT. Bank BRI Syariah dalam industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern agar mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan brand PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRI Syariah (proses spin off)

yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah.

PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah kebawah. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip Syariah.

4.1.1.2 Visi dan Misi

Visi BRISyariah

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Misi BRISyariah

1. Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
2. Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
3. Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun.

4. Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketenteraman pikiran.

4.1.1.3 Gambaran Karakteristik Responden

Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung oleh peneliti. Dengan cara memberikan kuisisioner secara langsung kepada responden di depan Bank BRI Syariah KCP Lawang.

Dari jumlah kuisisioner yang disebar semuanya akan diproses lebih lanjut oleh peneliti sebanyak 120 atau 100%. Lebih jelasnya sebagaimana tabel berikut ini :

Tabel 4. 1
Penyebaran Kuisisioner

Kuisisioner	Responden	Persentase
Penyebaran Kuisisioner Langsung	120	100%
Total	120	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Dari hasil jumlah diatas merupakan yang diklasifikasikan berdasarkan gender, tingkat pendidikan, pekerjaan, akses internet dalam seminggu, dan apakah termasuk pengguna mobile banking atau tidak.

Dan klasifikasi diatas akan dijelaskan dengan tabel berikut :

1. Gender

Berdasarkan hasil dari pengisian kuisisioner yang dikumpulkan, dapat diketahui identitas responden berdasarkan gender adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 2**Identitas Responden Berdasarkan Gender**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	46	37%
Perempuan	74	63%
Total	120	100%

Sumber Data Primer, diolah 2019

Dari data diatas menunjukkan bahwa identitas responden berdasarkan gender laki-laki berjumlah 46 orang atau 37%, sedangkan gender perempuan berjumlah 74 orang atau 63%. Sehingga apabila dijumlah hasil dari 46 ditambah 74 maka hasilnya adalah 120.

2. Tingkat Pendidikan

Berdasarkan klasifikasi tingkat pendidikan, maka identifikasi responden dapat dilihat sebagai berikut:

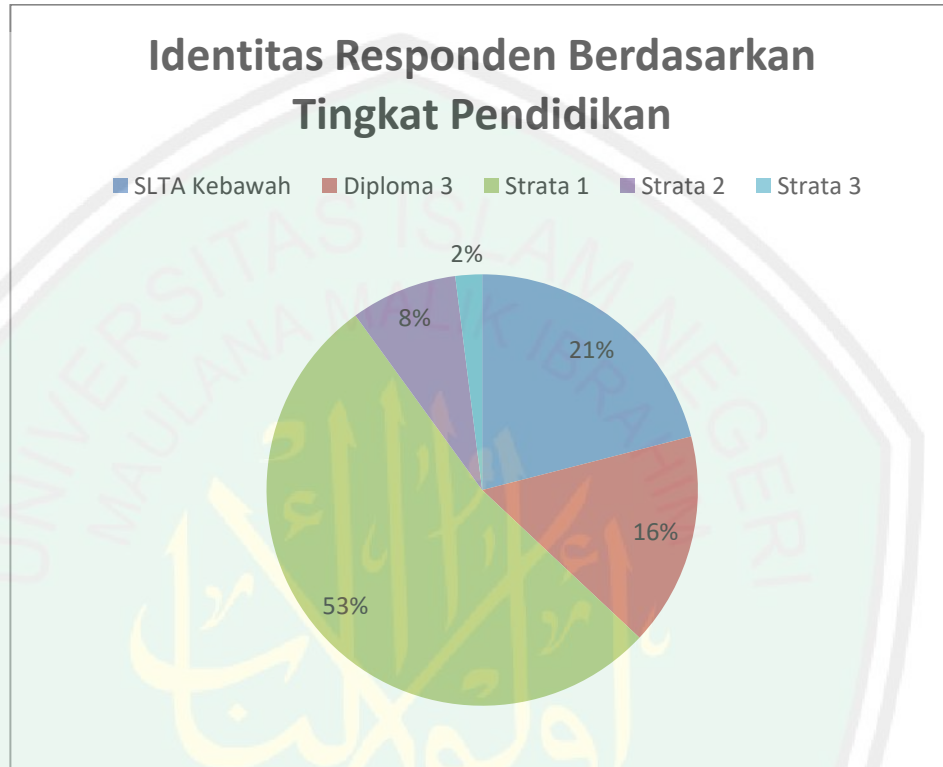
Tabel 4. 3**Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SLTA Kebawah	20	21%
Diploma 3	15	16%
Strata 1	71	53%
Strata 2	12	8%
Strata 3	4	2%
Total	120	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2019

Gambar 4. 1

Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam kategori tingkat pendidikan SLTA kebawah berjumlah 20 orang atau 21%, diploma 3 berjumlah 15 orang atau 16%, strata 1 berjumlah 71 orang atau 53%, strata 2 berjumlah 12 orang atau 8%, dan strata 3 berjumlah 4 orang atau 2%. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbesar berasal dari strata 1 yaitu 71 orang atau 53%

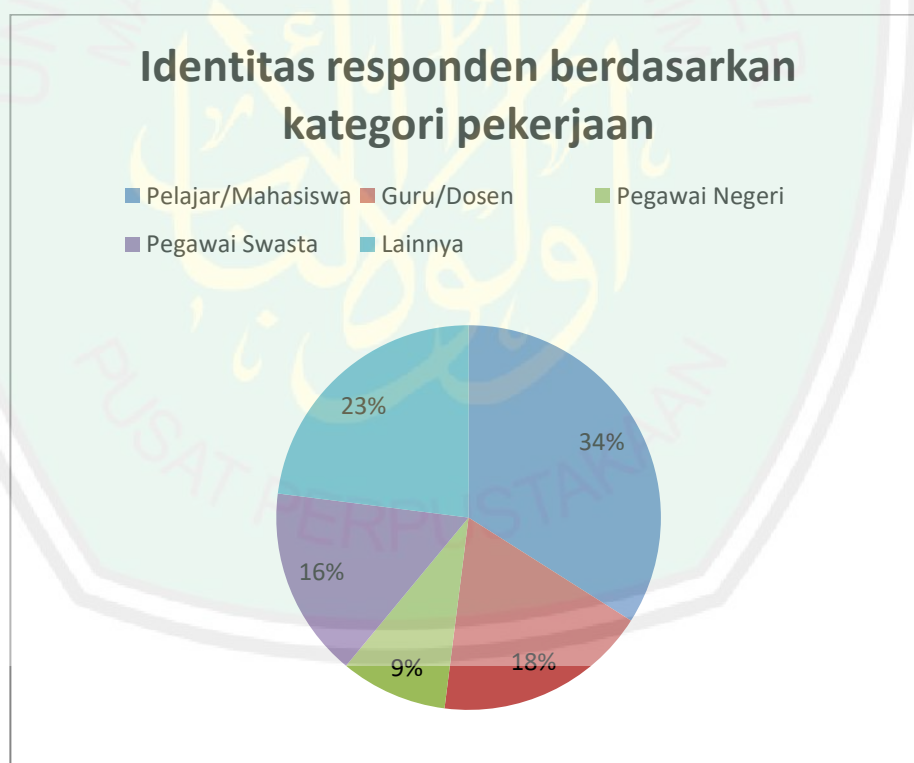
3. Pekerjaan

Identitas responden berdasarkan kategori pekerjaan dipaparkan sebagai berikut :

Tabel 4. 4**Identitas responden berdasarkan kategori pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	44	34%
Guru/Dosen	26	18%
Pegawai Negeri	5	9%
Pegawai Swasta	13	16%
Lainnya	32	23%
Total	120	100%

Sumber : Data Primer, Diolah 2019

Gambar 4. 2**Identitas responden berdasarkan kategori pekerjaan**

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa identitas responden berdasarkan pekerjaan pelajar/mahasiswa sebanyak 44 orang atau 34%, guru/dosen sebanyak 26 orang atau

18%, pegawai negeri sebanyak 5 orang atau 9%, pegawai swasta sebanyak 13 orang atau 16%, dan lainnya sebanyak 32 orang atau 23%. Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa responden terbesar dari kategori pekerjaan adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 44 orang atau 34%.

4. Rata-rata pengguna mobile banking atau tidak

Berdasarkan rata-rata pengguna mobile banking atau tidak dapat dipaparkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 5

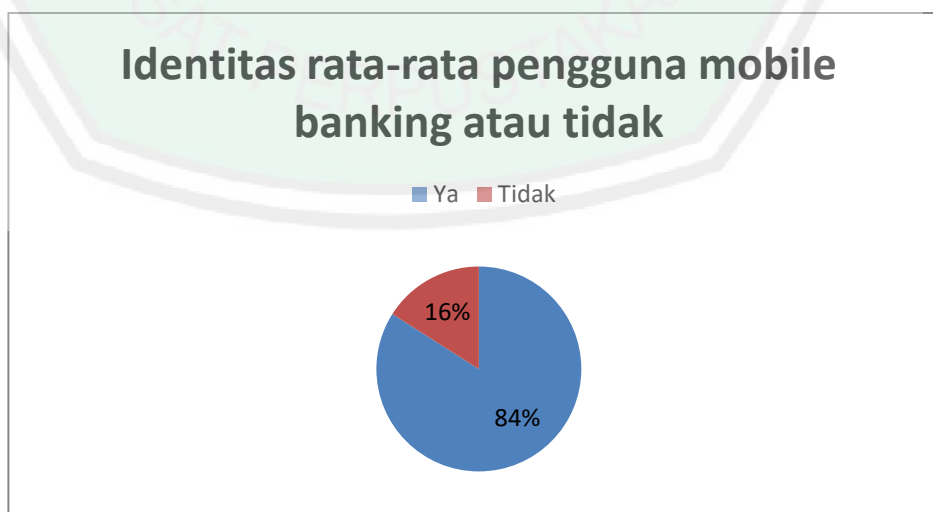
Identitas rata-rata pengguna mobile banking atau tidak

	Frekuensi	Persentase
Ya	88	84%
Tidak	32	16%
Total	120	100%

Sumber : Data Primer, Diolah 2019

Gambar 4. 3

Identitas rata-rata pengguna mobile banking atau tidak



Berdasarkan paparan data diatas bisa dilihat rata-rata responden pengguna mobile banking yang memilih ya sebanyak 88 orang atau 84%, dan yang memilih tidak sebanyak 32 orang atau 16%.

4.1.1.4 Deskripsi Tanggapan Responden

Berikut adalah beberapa deskripsi tanggapan responden berdasarkan setiap item pernyataan atau pertanyaan dari setiap variable.

Tabel 4. 6

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemudahan (X1)

No	Indikator pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Kemudahan (X1)						
1.	Nasabah tidak membutuhkan waktu lama dengan penggunaan <i>mobile banking</i> .	20	60	31	6	3
2.	Nasabah merasa mudah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> .	23	69	22	3	3
3.	Nasabah merasa mudah dalam menjalankan atau mengoperasikan <i>mobile banking</i> .	18	53	33	12	4
4.	Nasabah merasa <i>mobile banking</i> dapat digunakan dimana saja tanpa batasan tempat dan waktu.	10	58	37	11	4

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan beberapa pendapat responden mengenai Kemudahan (X1)

1. Pernyataan “Nasabah tidak membutuhkan waktu lama dengan penggunaan *mobile banking*” dengan klasifikasi jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 60 responden, netral sebanyak 31 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.

2. Pernyataan “Nasabah merasa mudah untuk menggunakan *mobile banking*” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 23 responden, setuju sebanyak 69 responden, netral sebanyak 22 responden, tidak setuju sebanyak 3 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.
3. Pernyataan “Nasabah merasa mudah dalam menjalankan atau mengoperasikan *mobile banking*” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 18 responden, setuju sebanyak 53 responden, netral sebanyak 33 responden, tidak setuju sebanyak 12 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.
4. Pernyataan “Nasabah merasa *mobile banking* dapat digunakan dimana saja tanpa batasan tempat dan waktu” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 58 responden, netral sebanyak 37 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.

Tabel 4. 7

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keamanan (X2)

No	Indikator pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Keamanan (X2)						
1.	Informasi yang diberikan dalam <i>mobile banking</i> sangat tepat dan akurat.	45	47	22	5	1
2.	Nasabah merasa aman membagi informasi pribadi dalam layanan <i>mobile banking</i> .	23	69	22	3	3
3.	Nasabah merasa aman melakukan transaksi dalam <i>mobile banking</i> .	18	53	33	12	4
4.	Nasabah merasa nyaman melakukan transaksi dalam <i>mobile banking</i> karena keamanan data transaksi terjaga.	15	49	46	6	4

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan beberapa pendapat responden mengenai variable keamanan (X2)

1. Pernyataan “Informasi yang diberikan dalam *mobile banking* sangat tepat dan akurat” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 45 responden, setuju sebanyak 47 responden, netral sebanyak 22 responden, tidak setuju sebanyak 5 responden, sangat tidak setuju sebanyak 1 responden.
2. Pernyataan “Nasabah merasa aman membagi informasi pribadi dalam layanan *mobile banking*” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 23 responden, setuju sebanyak 69 responden, netral sebanyak 22 responden, tidak setuju sebanyak 3 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.
3. Pernyataan “Nasabah merasa aman melakukan transaksi dalam *mobile banking*” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 18 responden, setuju sebanyak 53 responden, netral sebanyak 33 responden, tidak setuju sebanyak 12 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.
4. Pernyataan “Nasabah merasa nyaman melakukan transaksi dalam *mobile banking* karena keamanan data transaksi terjaga” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju sebanyak 49 responden, netral sebanyak 46 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.

Tabel 4. 8

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X3)

No	Indikator pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Kepercayaan (X3)						
1.	Nasabah merasa percaya bahwa dalam layanan <i>mobile banking</i> mengandung hal yang sesuai dalam melayani nasabah.	21	68	23	4	4
2.	Nasabah percaya bahwa layanan <i>mobile banking</i> memiliki fungsi yang diperlukan oleh nasabah.	13	69	29	6	3
3.	Nasabah percaya bahwa <i>mobile banking</i> mengurangi resiko negative nasabah.	15	59	35	8	3
4.	Nasabah sangat percaya terhadap informasi pribadi yang diberikan kepada layanan <i>mobile banking</i> .	10	58	37	11	4

Berdasarkan tabel diatasdapat dijelaskan beberapa pendapat responden mengenai variable Kemudahan (X3)

1. Pernyataan “Nasabah merasa percaya bahwa dalam layanan *mobile banking* mengandung hal yang sesuai dalam melayani nasabah.” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju sebanyak 68 responden, netral sebanyak 23 responden, tidak setuju sebanyak 4 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.
2. Pernyataan “Nasabah percaya bahwa layanan *mobile banking* memiliki fungsi yang diperlukan oleh nasabah.” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 13 responden, setuju sebanyak 69 responden, netral sebanyak 29 responden, tidak setuju sebanyak 8 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.

3. Pernyataan “Nasabah percaya bahwa *mobile banking* mengurangi resiko negative nasabah.” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju sebanyak 59 responden, netral sebanyak 35 responden, tidak setuju sebanyak 8 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.
4. Pernyataan “Nasabah sangat percaya terhadap informasi pribadi yang diberikan kepada layanan *mobile banking*.” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju sebanyak 58 responden, netral sebanyak 37 responden, tidak setuju sebanyak 11 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden.

Tabel 4. 9

Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Pemakaian (Y)

No	Indikator pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Perilaku Pemakaian (Y)						
1.	Nasabah merasa ingin menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang karena keamanan dan kenyamanan yang ada pada <i>mobile banking</i> .	20	60	31	6	3
2.	Nasabah merasa <i>mobile banking</i> sesuai dengan kebutuhan.	25	54	32	6	3
3.	Nasabah merasa puas dengan kinerja <i>mobile banking</i> .	19	57	35	6	3
4.	Nasabah akan dan atau merekomendasikan <i>mobile banking</i> karena kenyamanan yang dirasakan.	15	53	43	4	5

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan beberapa pendapat responden mengenai variable Perilaku Pemakaian (Y)

1. Pernyataan “Nasabah merasa ingin menggunakan mobile banking dimasa yang akan datang karena keamanan dan kenyamanan yang ada pada mobile banking” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 20 responden, setuju sebanyak 60 responden, netral sebanyak 31 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.
2. Pernyataan “Nasabah merasa ingin menggunakan mobile banking dimasa yang akan datang karena keamanan dan kenyamanan yang ada pada mobile banking” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 25 responden, setuju sebanyak 54 responden, netral sebanyak 32 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.
3. Pernyataan “Nasabah merasa puas dengan kinerja *mobile banking*.” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 19 responden, setuju sebanyak 57 responden, netral sebanyak 35 responden, tidak setuju sebanyak 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden.
4. Pernyataan “Nasabah akan dan atau merekomendasikan *mobile banking* karena kenyamanan yang dirasakan” dengan klasifikasi sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju sebanyak 53 responden, netral sebanyak 43 responden, tidak setuju sebanyak 4 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 responden.

4.1.2 Uji Instrumen

Uji instrumen dianalisis menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas merupakan syarat wajib pengujian instrument pertanyaan, yang digunakan untuk mendeteksi sejauh mana kinerja instrument mampu mengukur apa yang ingin diukur, dan untuk menunjukkan kinerja kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Suatu instrumen dikatakan valid apabila hasil signifikansi (sig) atau nilai probabilitas hasil korelasi lebih kecil dari 0.05. Sedangkan dikatakan reliable apabila nilai *Crobach Alpha* lebih besar dari 0.60.

Tabel 4. 10

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kemudahan (X1)

No Item	Validitas		Koefisien Alpha	Keterangan
	Korelasi (r)	Probabilitas (p)		
X1.1	0,807	0,000	0,812	Valid dan Reliabel
X1.2	0,823	0,000		Valid dan Reliabel
X1.3	0,822	0,000		Valid dan Reliabel
X1.4	0,753	0,000		Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua variable pertanyaan atau pernyataan dari 4 item yang diajukan untuk variable Kemudahan (X1), mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha lebih besar dari 0,060. Dengan demikian berarti bahwa semua item pertanyaan untuk semua variable valid dan reliable Sehingga penelitian ini layak untuk diteliti.

Tabel 4. 11**Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keamanan (X2)**

No Item	Validitas		Koefisien Alpha	Keterangan
	Korelasi (r)	Probabilitas (p)		
X2.1	0,462	0,000	0,675	Valid dan Reliabel
X2.2	0,745	0,000		Valid dan Reliabel
X2.3	0,837	0,000		Valid dan Reliabel
X2.4	0,798	0,000		Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua variable pertanyaan atau pernyataan dari 4 item yang diajukan untuk variable Keamanan (X2), mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha lebih besar dari 0,060. Dengan demikian berarti bahwa semua item pertanyaan untuk semua variable valid dan reliable Sehingga penelitian ini layak untuk diteliti

Tabel 4. 12**Uji Validitas dan Reliabilitas Kpercayaan (X3)**

No Item	Validitas		Koefisien Alpha	Keterangan
	Korelasi (r)	Probabilitas (p)		
X3.1	0,803	0,000	0,832	Valid dan Reliabel
X3.2	0,807	0,000		Valid dan Reliabel
X3.3	0,817	0,000		Valid dan Reliabel
X3.4	0,836	0,000		Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua variable pertanyaan atau pernyataan dari 4 item yang diajukan untuk variable Kepercayaan (X3), mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha

lebih besar dari 0,060. Dengan demikian berarti bahwa semua item pertanyaan untuk semua variable valid dan reliable Sehingga penelitian ini layak untuk diteliti

Tabel 4. 13

Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Pemakaian (Y)

No Item	Validitas		Koefisien Alpha	Keterangan
	Korelasi (r)	Probabilitas (p)		
Y.1	0,781	0,000	0,858	Valid dan Reliabel
Y.2	0,837	0,000		Valid dan Reliabel
Y.3	0,874	0,000		Valid dan Reliabel
Y4	0,859	0,000		Valid dan Reliabel

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Berdasarkan data dari tabel diatas menunjukkan semua pertanyaan atau pernyataan dari 4 item yang diajukan untuk variable Perilaku Pemakaian (Y) mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai koefisien alpha lebih besar dari 0,060. Dengan demikian berarti bahwa semua item pertanyaan untuk semua variable valid dan reliable Sehingga penelitian ini layak untuk diteliti.

4.1.3 Uji Asumsi Klasik

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Untuk memperoleh nilai perkiraan yang tidak menyimpang dan efisien dari suatu persamaan regresi berganda dengan metode kuadrat terkecil biasa (*Ordinary Least Square*), maka dalam pelaksanaan analisis data harus memenuhi asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolinieritas, heterokedestistas, autokorelasi, dan normalitas. Melalui pengujian ini akan diketahui apakah persamaan regresi layak digunakan.

4.1.3.1 Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari Value Inflation Factor (VIF). Apakah nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinieritas. Dan sebaliknya apabila VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dalam penelitian ini diperoleh VIF (Ghazali, 2005). Seperti tabel berikut:

Tabel 4. 14

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,120	8,331	Non Multikolinieritas
Keamanan (X2)	0,244	4,095	Non Multikolinieritas
Kepercayaan (X3)	0,223	4,484	Non Multikolinieritas

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari output SPSS di atas menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan (X3) yang diteliti menunjukkan data bebas dari multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan pada nilai VIF untuk semua variabel bebas tidak melebihi dari nilai 10 dan nilai tolerance lebih dari angka 0,10. Sehingga tidak ada masalah multikolinieritas.

4.1.3.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1. Pedoman untuk mendeteksi adanya autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat *Durbin-Watson*, dimana jika ada nilai d dekat dengan 2, maka asumsi tersebut tidak terjadi autokorelasi terpenuhi.

Tabel 4. 15**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Waston
Kemudahan (X1)	0,840 ^a	0,706	0,698	1,666
Keamanan (X2)	0,840 ^a	0,706	0,698	1,666
Kepercayaan (X3)	0,840 ^a	0,706	0,698	1,666

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari output SPSS di atas diperoleh nilai Durbin Watson sebesar 1,666, sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,5 (5%) diperoleh nilai dL sebesar 1,6513, dan nilai DU sebesar 1,7536. Artinya asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi. Hal ini dibuktikan dengan $DL < DW < 4-DU$ atau $1,6513 < 1,666 < 2,2464$.

4.1.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, metode yang digunakan untuk pengujian normalitas adalah dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Z. Jika nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi (Oktavia, 2015). Sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 4. 16
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual	Keterangan
N	120	Normal
Kolmogorov-Sminov Z	0,943	
Sig. (2-tailed)	0,336	

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari data tabel diatas menunjukkan bahwa nilai uji Kolmogorov-Smirnov Z sebesar 0,943 dengan Sig. (2-tailed) sebesar 0,336 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

4.1.4 Uji Regresi Linier Berganda

Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linier, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui hubungan X1, X2, X3, terhadap Y. agar dapat diperoleh perhitungan koefisien regresi yang tepat maka dalam pengelolaan data digunakan bantuan komputer program SPSS 16.0. berikut adalah hasil uji regresi linier berganda:

Tabel 4. 17

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model 1	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	0,463	0,944
Kemudahan (X1)	0,378	0,152
Keamanan (X2)	0,291	0,120
Kepercayaan (X3)	0,298	0,113

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, diolah 2019

Dari tabel diatas diperoleh hasil model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,463 + 0,378X_1 + 0,291X_2 + 0,298X_3 + e$$

Dimana :

a = konstanta

Y = Perilaku Pemakaian

X1 = Variabel Kemudahan

X2 = Variabel Keamanan

X3 = Variabel Kepercayaan

e = Error

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut adalah :

A. Konstanta (a) atau $b_0 = 0,463$

Berdasarkan persamaan tersebut menunjukkan nilai sebesar 0,463, yang menunjukkan bahwa apabila tidak ada variabel yang terdiri dari kemudahan,

keamanan, dan kepercayaan, (X_1 , X_2 , dan $X_3 = 0$), maka rata-rata peningkatan untuk perilaku pemakaian akan meningkat sebesar 0,463.

B. $b_1 = 0,378$

Nilai parameter atau koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variabel kemudahan meningkat sebesar 1 kali, maka perilaku pemakaian akan mengalami peningkatan sebesar 0,378 atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan minat pemakaian diperlukan variabel kemudahan sebesar 0,378 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_2 dan $X_3 = 0$)

C. $b_2 = 0,291$

Nilai parameter atau koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variabel keamanan meningkat sebesar 1 kali, maka perilaku pemakaian nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,291 atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan perilaku pemakaian diperlukan variabel keamanan sebesar 0,291 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1 dan $X_3 = 0$)

D. $b_3 = 0,298$

Nilai parameter atau koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap variabel kepercayaan meningkat sebesar 1 kali, maka perilaku pemakaian nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,298 atau dengan kata lain setiap upaya peningkatan perilaku pemakaian diperlukan variabel kualitas layanan sebesar 0,298 dengan asumsi variabel bebas yang lain tetap (X_1 dan $X_2 = 0$)

4.1.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan dua uji, yaitu uji koefisien regresi secara simultan atau uji-F, uji koefisien regresi linier secara parsial atau uji-t.

4.1.5.1 Uji Signifikansi Simultan

Uji Simultan (Uji F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu uji simultan kemudahan, keamanan, dan kepercayaan dapat diketahui dengan menggunakan uji signifikan simultan atau uji F. Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi < 0.05 dan dengan menggunakan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel.

Tabel 4. 18

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model	Df	F	Sig
Regresion	3	92,703	0,000 ^a
Residual	116		
Total	119		

Sumber : Data primer, diolah 2019

Dari output pengujian SPSS diatas didapatkan nilai F hitung sebesar 92,703 > dari F tabel 2,68 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari kemudahan (X1), keamanan (X2), kepercayaan (X3), berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y). Hipotesis 1 dapat diterima yaitu variabel kemudahan, keamanan dan

kepercayaan (X) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pemakaian (Y) mobile banking pada BRI Syariah KCP Lawang.

4.1.5.2 Uji Signifikansi Parsial

Uji parsial (Uji T) digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh indikator-indikator dari kemudahan (X1), keamanan (X2), dan kepercayaan (X3), terhadap Perilaku pemakaian (Y) secara parsial. Pedoman yang digunakan apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ dan dengan menggunakan perbandingan t hitung dengan t tabel.

Tabel 4. 19
Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	T	Sig
Kemudahan (X1)	2,480	0,015
Keamanan (X2)	2,428	0,017
Kepercayaan (X3)	2,635	0,010

Sumber : Data primer, diolah 2019

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasil perhitungannya dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji t terhadap variabel Kemudahan

Uji t terhadap variabel produk (X1) didapatkan t hitung sebesar 2,480 dengan signifikansi 0,015. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,480 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,015 < 0,05$), maka secara parsial variabel

kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y).

2. Uji t terhadap variabel Keamanan

Uji t terhadap variabel keamanan (X2) didapatkan t hitung sebesar 2,428 dengan signifikansi 0,017. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,428 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,017 < 0,05$), maka secara parsial variabel keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y)

3. Uji t terhadap variabel Kepercayaan

Uji t terhadap variabel kepercayaan (X3) didapatkan t hitung sebesar 2,635 dengan signifikansi 0,010. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,635 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,010 < 0,05$), maka secara parsial variabel kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y).

4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian

4.2.1 Pengaruh Variabel Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Pemakaian secara Parsial (Terpisah)

Penelitian ini menggunakan dua hipotesis, hipotesis pertama adalah secara parsial, yaitu untuk menjawab hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel Kemudahan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan (X3) merupakan variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang.

4.2.1.1 Kemudahan

Dengan melibatkan sebanyak 100 responden yang memberikan informasi terkait penelitian ini, maka hasil analisis menunjukkan bahwa kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang, hal ini dapat dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 2,480 dengan signifikansi 0,015. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,480 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,015 < 0,05$), maka secara parsial variabel kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y). Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Andrew Gunawan (2014) yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif atau signifikan terhadap minat perilaku pemakaian internet banking.

Hasil lain yang mengemukakan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* senada dengan penelitian yang

dilakukan oleh Setyo Ferry Wibowo, Dede Rosmauli, dan Usep Suhud (2015) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan e-money.

Dalam hal ini Jogiyanto (2008) berpendapat bahwa kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Eni Noviarni (2014) menjelaskan bahwa ada empat indikator yang dapat mendukung pernyataan peneliti diatas, diantaranya adalah :

1. Efisiensi waktu

Merupakan indikator yang menyebutkan bahwa nasabah merasa tidak membutuhkan waktu yang lama dalam bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

2. Kemudahan penggunaan

Kemudahan penggunaan merupakan suatu indikator yang menyebutkan bahwa nasabah merasa sangat mudah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

3. Kemudahan oprasional

Merupakan indikator yang menyebutkan bahwa nasabah merasa mudah untuk mengoperasikan segala yang terdapat dalam *mobile banking*.

4. Penggunaan yang fleksibel

Yang terahir adalah penggunaan yang fleksibel merupakan indikator yang menyebutkan baha nasabah dapat melakukan akses *mobile banking* dimana saja dan kapan saja dibutuhkan.

4.2.1.2 Keamanan

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang. Hal ini dibuktikan dengan nilai didapatkan t hitung sebesar 2,428 dengan signifikansi 0,017. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,428 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,017 < 0,05$), maka secara parsial variabel keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y)

Hasil ini mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Sulastini, dan I Gde Ketut Wrmika yang menyebutkan bahwa variable kemanan berpengaruh positif terhadap kepuasan menggunakan *internet banking*. Penelitian lain yang senada dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Mohammed Z Salem menyatakan bahwa variable kemanan atau *customers privacy concern* berpengaruh positif terhadap minat perilaku pemakaian *internet banking*.

Chelappa (2014) menjelaskan bahwa keamanan adalah sebagai kemampuan perusahaan dalam melakukan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas transaksi data. Selain itu Radomir et all dan Parkins et all (2013) memperkuat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan adanya beberapa indikator, diantaranya adalah :

1. Informasi layanan yang akurat

Meyebutkan bahwa nasabah merasa informasi layanan yang diberikan oleh *mobile banking* sangat akurat dalam mebantu melakukan transaksi.

2. Data pribadi

Merupakan indikator yang menyebutkan bahwa data pribadi yang berupa email, kata sandi, informasi saldo, dan informasi transaksi yang dilakukan terjaga kerahasiaannya.

3. Keamanan transaksi

Dalam hal ini disebutkan bahwa nasabah merasa aman melakukan transaksi apapun di aplikasi *mobile banking*.

4. Kenyamanan transaksi

Merupakan indikator yang menyebutkan bahwa nasabah merasa nyaman melakukan transaksi dengan perjanjian keamanan system yang telah diberikan oleh perusahaan dalam aplikasi *mobile banking*.

Dalam hal ini islam sependapat dengan masalah keamanan informasi yang mana hal ini dijelaskan secara tersirat dalam kisah Nabi Sulaiman AS. Kisah tersebut terdapat pada (QS. An-Naml ayat 21-30). Dalam kisah ini dijelaskan bagaimana burung hud-hud mengantarkan sendiri surat tersebut kepada ratu balqis. Hal ini dilakukan burung hud-hud demi menjaga kerahasiaan data informasi yang ada dalam surat tersebut. Hal ini berarti penerapan konsep keamanan transaksi dan keamanan kerahasiaan data sangat diperlukan karena keamanan sendiri merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi konsumen akan membuat keputusan pembelian .

4.2.1.3 Kepercayaan

Dari hasil analisis menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang. Hasil ini dibuktikan dengan nilai didapatkan t hitung sebesar 2,635 dengan signifikansi 0,010.

Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,635 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,010 < 0,05$), maka secara parsial variabel kepercayaan (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y).

Hasil ini senada dengan teori yang telah dijelaskan oleh Mowen dan Minor (2002), yang menjelaskan bahwa kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Dengan kata lain semua pengetahuan dan kesimpulan yang dibuat konsumen tentang *mobile banking* bisa dikatakan sebagai suatu yang bisa membuat konsumen menjadi percaya dalam menggunakan *mobile banking*.

Dari hasil penelitian ini mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh Kannokan Snae Namahoot pada tahun 2016, yang menyebutkan bahwa *trust influence behavioral intentions* mempengaruhi niat perilaku untuk menggunakan *internet banking*. Hal yang sama juga disebutkan oleh Jason Lim Chiu dan Nelson C. Bool pada tahun 2017 bahwa *potential antecedent of trust* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat perilaku untuk menggunakan layanan *mobile banking* di Philipina.

McKnight et. al. (Jennifer Adji dan Hatane Semuel, 2014), menyebutkan beberapa indikator, yaitu:

1. *Trusting Belief*

Trusting belief adalah sejauh mana seseorang percaya dan merasa yakin terhadap orang lain dalam suatu situasi. *Trusting belief* adalah persepsi pihak yang percaya (konsumen) terhadap pihak yang dipercaya (penjual toko maya) yang mana penjual memiliki karakteristik yang akan menguntungkan konsumen. McKnight et al menyatakan bahwa ada tiga elemen yang membangun *trusting belief*, yaitu *benevolence*, *integrity*, *competence*.

a. *Benevolence*

Benevolence (unit baik) berarti seberapa besar seseorang (konsumen) percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesesuaian penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

b. *Competence*

Competence (kompetensi) adalah keyakinan seseorang (konsumen) terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kompetensi adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Inti dari kompetensi adalah kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

2. *Trusting Intention*

Trusting intention adalah suatu hal yang disengaja dimana seseorang siap bergantung pada orang lain dalam suatu situasi, ini terjadi secara pribadi dan

mengarah langsung kepada orang lain. *Trusting intention* didasarkan pada kepercayaan kognitif seseorang kepada orang lain. McKnight et al menyatakan bahwa ada dua elemen yang membangun *trusting intention* yaitu *willingness to depend* dan *subjective probability of depending*.

a. *Willingness to depend*

Willingness to depend adalah kesediaan konsumen untuk bergantung kepada penjual berupa penerimaan resiko atau konsekuensi negatif yang mungkin terjadi.

b. *Subjective probability of depending* *Subjective probability of depending*.

Subjective probability of depending *Subjective probability of depending* adalah kesediaan konsumen secara subjektif berupa pemberian informasi pribadi kepada penjual, melakukan transaksi, serta bersedia untuk mengikuti saran atau permintaan dari penjual.

Dalam islam seorang pelaku bisnis dituntut dapat dipercaya seperti yang telah difirmankan dalam (Q.S Al-Anfal: 27)

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.

Ayat ini menyebutkan secara prioritas tingkat amanah yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman. Amanah kepada Allah, amanah Rasul-Nya dan amanah terhadap antar sesama orang artinya dalam ayat ini sangat ditegaskan

bahwasanya amanah atau kepercayaan memang harus dibangun baik bagi individu maupun antar hubungan perorangan.

4.2.2 Pengaruh Variabel Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan pada penggunaan *Mobile Banking* terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* pada BRI Syariah KCP Lawang secara Stimultan (Bersama-sama)

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan terhadap variabel bebas, didapatkan nilai F hitung sebesar 92,703 > dari F tabel 2,68 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari kemudahan (X1), keamanan (X2), kepercayaan (X3), berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hipotesis yang diajukan dan hasil uji yang telah dilakukan dengan model analisis regresi berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji analisis diatas menunjukkan bahwa Uji t terhadap variabel kemudahan (X1) didapatkan t hitung sebesar 2,480 dengan signifikansi 0,015. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,480 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,015 < 0,05$). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kemudahan (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang.
2. Berdasarkan hasil uji analisis diatas menunjukkan bahwa Uji t terhadap variabel keamanan (X2) didapatkan t hitung sebesar 2,428 dengan signifikansi 0,017. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,428 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,017 < 0,05$). Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keamanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang
3. Berdasarkan hasil uji analisis diatas menunjukkan bahwa Uji t terhadap variabel kepercayaan (X3) didapatkan t hitung sebesar 2,635 dengan signifikansi 0,010. Karena t hitung lebih besar dari t tabel ($2,635 > 1,657$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,010 < 0,05$). Dalam penelitian ini

disimpulkan bahwa kepercayaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang

4. Berdasarkan hasil pengujian secara simultan terhadap variabel bebas, didapatkan nilai F hitung sebesar $92,703 >$ dari F tabel 2,68 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dalam penelitian ini disimpulkan kemudahan (X1), keamanan (X2), kepercayaan (X3), berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku pemakaian (Y). Hipotesis 1 dapat diterima yaitu variabel kemudahan, keamanan dan kepercayaan (X) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku pemakaian (Y) *mobile banking* pada BRI Syariah KCP Lawang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan diantaranya yaitu:

1. Bagi perusahaan

Dari penelitian ini disarankan kepada pihak perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, dengan meningkatkan kemudahan dalam menggunakan, meningkatkan keamanan data sehingga nasabah merasa percaya untuk menggunakan *mobile banking* untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

disarankan untuk menambahkan variabel bebas lain yang sekiranya dapat membantu masyarakat untuk lebih tertarik terhadap *mobile banking* untuk digunakan dimasa yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adi Setiawan, Lisa Harry Sulistiowati. 2017 “Penerapan Modifikasi Technology Acceptance Model (TAM) dalam E-Business” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, ISSN 2442-9732.
- Adhiputra, M. W. 2015. *Aplikasi Technology Acceptance Model terhadap Pengguna Layanan Internet Banking*. *Jurnal Bisnis dan Komunikasi*, 2 (1), 52 - 63.
- Amijaya. 2010. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking” (Studi Pada Nasabah Bank BCA). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang.
- Asnawi, Nur dan Mashuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang : UIN PRESS
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: RinekaCipta. Chellappa, R. and Paul 2014. “Perceived Information Security, Financial Liability, and consumer Trust in Electronic Commerce Transactions.” *Journal of Logistics Information Management*
- Baridwan, Tjini. 2013. “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan *Internet Banking*.”
- C. Mowen, Jhon dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Daniel, Perkins Ed-Zilla dan Annan Jonathan. 2013. *Factors affecting the Adoption of Online Banking in Ghana: Implications for Bank Managers*. *International Journal of Business and Social Research (IJBSR)*.
- Darmawan, Deni. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Denawijaya, Lukman. 2005. *Manajemen Perbankan, Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Eni Noviarni. 2014. “Analisis Adopsi Layanan Internet Banking Oleh Nasabah Perbankan Di Pekanbaru”. *Jurnal Al-Iqtishad*, Edisi: 10 Vol. I.

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Jogiyanto, 2007. *Sistem Informasi Keprilakuan*, Yogyakarta
- Kasmir. 2003. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 1995. *Marketing jilid II*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1999. *Marketing*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan K.L, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan K.L, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahardika, A. and Basuki, R. 2011. Factor Determining Acceptance Level of Internet Banking Implementantation. *Journal of Economics, Business, and Accountancy*.
- Mahendra Adhi Irmadhani dan Nugroho, 2012. “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Computer Self Efficacy, Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Kajian Pendidikan & Akuntansi Indonesia, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Vol1, No 3 2012.
- Mahiswaran Selvanathan, Pei Jun Tan, Tan Fei Bow, Mahadevan Supramaniam. 2016. “The Impact of Cost, Customer Experience, Ease of Use, and Trust towards Adoption of Online Banking”. *International Business Research* Vol. 9, No. 11 Malaysia: Canadian Center of Science and Education.
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- Moh, Kassiram.2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-kualitatif*. Malang: UIN Malang Press.

- Noor Juliansyah. 2013. *Metode penelitian. Skripsi, tesis, disertai karya ilmiah*.
- Radomir, L. and Nistor, C.V., 2014. Comparing the original and the revised SSTQUAL scale among high-educated consumers in Romania. *Procedia Economics and Finance*
- Sani dan Mashuri. 2010. *Metodologi riset manajemen Sumber daya Manusia*. Malang: UIN Press.
- Sohrabi, M., Yee, J. Y. M., & Nathan, R. J. 2013 “Factors Influencing People’s Intention to Adopt E-Banking: An Empirical Study of Consumers in Shandong Province,” China.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugianto. Vivi. 2014. Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Dan Perceived Enjoyment Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna M-Business. *Jurnal Manajemen Motivasi*. Vol. 10 No.1. Februari 2014.
- Sugiyono. 2015. *Metode Peneloitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suhardi dan Purwanto. 2009. *Statistik Untuk Ekonomi Dan Keuangan Modern Edisi 2 Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.
- Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet “Implikasi pada strategi Pemasaran”*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- V. Venkatesh and F. D. Davis. 2000 “A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies,” *Manage. Sci*.
- Wiji Nurastuti. 2011. *Teknologi perbankan*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 570872, Faksimile
(0341) 558881

A. Kata Pengantar

Yang terhormat saudara/i responden

Saya Mafakhir Hilmy (15540065), mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang saat ini sedang menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan Dalam Penggunaan Mobile Banking Terhadap Perilaku Pemakaian Mobile Banking BRI Syariah KCP Lawang”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk dianalisis, segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu peneliti sangat berharap kepada saudara/saudari untuk berkenan mengisi seluruh pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner ini sesuai dengan keyakinan saudara/saudari. Setiap jawaban saudara/saudari merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini, untuk itu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya. Kuesioner ini hanya diberikan kepada nasabah BRI Syariah KCP Lawang.

Petunjuk : Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang anda pilih

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin: : Laki-laki : Perempuan

3. Pendidikan : : SLTA kebawah : Diploma 3
 : Strata 1 : Strata 2
 : Strata 3
4. Jenis Pekerjaan : : Pelajar/Mahasiswa : Guru/Dosen
 : Pegawai Negeri : Pegawai Swasta
5. Apakah Saya Menggunakan Mobile Banking
 : Ya
 : Tidak

C. Pernyataan Kuesioner

Bacalah pernyataan dibawah ini dengan cermat, kemudian berilah tanda checklist (✓) untuk setiap pernyataan pada kolom penilaian yang telah disediakan, sesuai dengan keyakinan, pendapat, pengetahuan, dan pengalaman saudara/sudari.

Skala Penelitian

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

No	Indikator pernyataan	Penilaian				
		SS	S	N	TS	STS
Kemudahan (X1)						
1.	Nasabah tidak membutuhkan waktu lama dengan penggunaan <i>mobile banking</i> .					
2.	Nasabah merasa mudah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> ..					
3.	Nasabah merasa mudah dalam menjalankan atau mengoperasikan <i>mobile banking</i> .					
4.	Nasabah merasa <i>mobile banking</i> dapat digunakan					

	dimana saja tanpa batasan tempat dan waktu.					
Keamanan (X2)						
5.	Informasi yang diberikan dalam mobile banking sangat tepat dan akurat.					
6.	Nasabah merasa aman membagi informasi pribadi dalam layanan mobile banking.					
7.	Nasabah merasa aman melakukan transaksi dalam mobile banking.					
8.	Nasabah merasa nyaman melakukan transaksi dalam mobile banking karena keamanan data transaksi terjaga.					
Kepercayaan (X3)						
9.	Nasabah merasa percaya bahwa dalam layanan <i>mobile banking</i> mengandung hal yang sesuai dalam melayani nasabah.					
10.	Nasabah percaya bahwa layanan <i>mobile banking</i> memiliki fungsi yang diperlukan oleh nasabah.					
11.	Nasabah percaya bahwa <i>mobile banking</i> mengurangi resiko negative nasabah.					
12.	Nasabah sangat percaya terhadap informasi pribadi yang diberikan kepada layanan <i>mobile banking</i> .					
Perilaku Pemakaian (Y)						
13.	Nasabah merasa ingin menggunakan <i>mobile banking</i> dimasa yang akan datang karena keamanan dan kenyamanan yang ada pada mobile banking.					
14.	Nasabah merasa mobile banking sesuai dengan kebutuhan.					
15.	Nasabah merasa puas dengan kinerja <i>mobile banking</i> .					
16.	Nasabah akan dan atau merekomendasikan mobile banking karena kenyamanan yang dirasakan.					

Lampiran 2 Hasil Kuisisioner

Kemudahan (X1)			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
5	4	5	5
2	5	4	3
2	5	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	3
4	4	4	4
3	4	3	2
3	3	3	2
3	4	4	5
4	4	4	4
5	4	5	3
5	5	5	4
4	4	3	4
5	4	3	4
4	4	4	5
3	3	3	3
4	5	5	5
5	4	5	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	4	3	4
3	3	3	3
4	4	3	4
4	4	1	2
4	4	4	4
3	3	3	3
3	3	3	4

3	4	4	3
4	4	3	3
3	3	3	3
3	5	3	4
3	4	4	3
4	5	4	3
4	5	4	3
3	3	3	4
3	3	3	3
4	4	3	2
4	4	4	4
4	5	4	4
5	5	5	4
3	4	3	4
5	5	5	5
4	5	4	4
3	4	3	3
5	5	4	4
5	4	5	2
5	4	3	3
5	5	5	3
4	4	3	4
4	4	5	4
3	4	4	4
3	4	4	4
3	3	3	3
4	4	5	4
2	3	2	5
5	5	4	4
4	4	2	5
4	4	4	4
4	3	2	3
4	4	4	3
4	3	2	4
3	3	2	3
1	1	1	1
4	5	4	4
3	3	2	3

4	4	4	4
4	5	3	4
4	4	4	4
4	5	3	4
4	4	4	4
3	4	4	3
5	3	4	1
4	4	2	4
2	3	2	2
1	1	1	1
4	4	4	4
5	5	4	5
4	4	4	4
4	4	3	4
3	4	3	3
4	4	5	3
3	5	4	3
4	4	5	3
4	4	3	4
4	3	4	4
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	5	4
4	4	3	3
4	3	4	3
5	2	4	3
5	3	4	3
2	2	2	2
4	4	3	4
4	4	5	2
2	2	2	2
4	4	3	4
4	5	4	4
4	4	5	3
5	4	4	4
4	4	4	4

4	4	4	4
3	5	4	4
3	3	3	3
3	4	2	2
4	4	4	4
3	4	4	4
3	4	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4
1	1	1	1
3	4	2	2

Keamanan (X2)			
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
4	4	5	4
5	5	4	3
3	5	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	3	4
5	4	4	4
3	4	3	3
5	3	3	3
4	4	4	4
3	4	4	3
4	4	5	4
5	5	5	4
4	4	3	3
3	4	3	4
3	4	4	4
5	3	3	3
5	5	5	5
5	4	5	3
3	4	4	4
2	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4

4	5	5	5
3	3	3	3
5	4	3	4
5	3	3	3
5	4	3	3
5	4	1	4
4	4	4	4
5	3	3	3
5	3	3	3
5	4	4	3
3	4	3	3
5	3	3	3
2	5	3	3
3	4	4	3
4	5	4	4
5	5	4	4
5	3	3	3
5	3	3	3
5	4	3	3
4	4	4	2
4	5	4	3
3	5	5	5
3	4	3	4
4	5	5	5
4	5	4	4
3	4	3	3
3	5	4	3
3	4	5	3
5	4	3	3
5	5	5	3
5	4	3	3
5	4	5	5
4	4	4	4
5	4	4	4
4	3	3	3
3	4	5	4
3	3	2	3
3	5	4	4

2	4	2	3
4	4	4	5
4	3	2	3
5	4	4	3
5	3	2	3
5	3	2	2
4	1	1	1
4	5	4	4
4	3	2	2
4	4	4	4
4	5	3	4
4	4	4	4
4	5	3	3
4	4	4	5
4	4	4	3
5	3	4	4
4	4	2	4
5	3	2	2
2	1	1	1
5	4	4	4
4	5	4	5
3	4	4	4
3	4	3	3
2	4	3	3
5	4	5	3
4	5	4	5
4	4	5	4
3	4	3	5
5	3	4	4
4	3	4	4
4	4	4	3
3	4	4	4
5	4	4	3
4	4	5	4
4	4	3	4
5	3	4	3
4	2	4	5
5	3	4	3

5	2	2	2
4	4	3	4
4	4	5	5
4	2	2	2
4	4	3	4
4	5	4	4
5	4	5	3
4	4	4	5
5	4	4	4
5	4	4	4
5	5	4	4
4	3	3	3
5	4	2	4
4	4	4	4
4	4	4	5
4	4	3	3
5	5	5	5
4	4	4	4
1	1	1	1
3	4	2	1

KEPERCAYAAN (X3)			
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
5	4	5	5
4	4	3	3
4	4	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	3	3
4	4	3	4
3	4	2	2
3	2	2	2
5	4	4	5
4	3	4	4
5	4	4	3
4	4	4	4
4	4	3	4

4	5	4	4
4	3	5	5
3	3	3	3
4	5	5	5
5	2	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
4	5	4	4
3	3	3	3
4	3	4	4
4	3	2	2
4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	3	4
3	3	2	3
3	3	4	3
3	3	3	3
4	3	3	4
4	4	4	3
3	5	5	3
3	5	5	3
3	4	3	4
4	4	3	3
3	3	3	2
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	3	4
5	5	5	5
5	4	4	4
3	4	3	3
4	5	3	4
4	5	3	2
5	3	4	3

5	4	2	3
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	3	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	3	2	4
4	3	4	5
5	4	3	4
5	4	4	5
5	3	3	4
1	4	4	3
3	3	3	3
4	4	4	4
3	3	3	3
1	1	1	1
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
5	4	3	4
2	2	3	3
4	3	5	1
4	4	4	4
2	3	3	2
1	1	1	1
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
3	4	3	3
4	3	4	3
4	4	5	3
4	4	5	3
5	4	4	4
3	4	4	4

3	4	4	3
4	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	5	4	4
4	3	4	3
4	3	4	3
4	4	5	3
4	3	4	3
2	2	2	2
4	4	3	4
4	4	4	2
2	2	2	2
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	3
4	4	5	4
4	4	4	4
3	4	5	4
4	4	4	4
3	3	3	3
5	3	3	2
4	4	4	4
5	4	4	4
4	2	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
1	1	1	1
4	5	3	2

PERILAKU PEMAKAIAN (Y)			
Y1	Y2	Y3	Y4
5	4	5	3
2	3	4	4
2	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4

4	3	4	3
4	4	4	4
3	4	5	3
3	3	3	3
3	4	5	5
4	3	3	3
5	5	5	3
5	4	4	3
4	3	3	3
5	3	2	2
4	4	3	4
3	3	3	3
4	5	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	4	5
3	3	3	3
4	4	3	3
4	5	4	4
4	4	4	4
3	2	3	2
3	4	3	3
3	4	3	3
4	3	3	3
3	3	3	3
3	3	3	3
3	3	3	3
4	5	5	5
4	5	5	5
3	4	2	3
3	3	3	3
4	3	3	3
4	4	4	4

4	4	4	4
5	3	4	4
3	5	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	4	3	3
5	2	3	4
5	2	4	5
5	5	5	3
5	5	5	5
4	5	5	4
4	5	4	4
3	4	3	3
3	3	3	3
3	3	3	3
4	5	4	3
2	5	4	4
5	4	4	3
4	5	3	5
4	4	4	3
4	4	2	3
4	4	3	3
4	4	3	3
3	3	4	3
1	1	1	1
4	4	4	4
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	4	4
3	3	2	3
5	5	3	3
4	4	4	4
2	3	3	3
1	1	1	1
4	4	4	4

5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
3	5	4	4
4	4	5	4
4	4	5	4
4	4	3	4
3	4	3	3
4	3	4	4
4	3	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
5	4	4	4
5	4	4	5
2	2	2	2
4	4	4	4
4	3	4	4
2	2	2	2
4	4	4	4
4	5	4	4
4	4	5	4
5	4	4	5
4	3	3	3
4	3	4	4
3	4	4	3
3	3	3	3
3	5	4	1
4	4	4	4
3	5	5	5
3	5	5	4
5	5	5	5
4	3	3	3
1	1	1	1
3	2	3	1

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Uji Validitas Kemudahan (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	KEMUDAHAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.539**	.597**	.451**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.2	Pearson Correlation	.539**	1	.580**	.550**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.3	Pearson Correlation	.597**	.580**	1	.423**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X1.4	Pearson Correlation	.451**	.550**	.423**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
KEMUDAHAN	Pearson Correlation	.807**	.823**	.822**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

b. Uji Validitas Keamanan (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	KEAMANAN
X2.1	Pearson Correlation	1	.024	.166	.121	.462**
	Sig. (2-tailed)		.791	.070	.187	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.2	Pearson Correlation	.024	1	.580**	.547**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.791		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.3	Pearson Correlation	.166	.580**	1	.601**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.070	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X2.4	Pearson Correlation	.121	.547**	.601**	1	.798**

	Sig. (2-tailed)	.187	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
KEAMANAN	Pearson Correlation	.462**	.745**	.837**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

c. Uji Validitas Kepercayaan (X3)

		Correlations				KEPERCAYAA
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	N
X3.1	Pearson Correlation	1	.522**	.497**	.594**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.2	Pearson Correlation	.522**	1	.590**	.545**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.3	Pearson Correlation	.497**	.590**	1	.576**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
X3.4	Pearson Correlation	.594**	.545**	.576**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
KEPERCAYAAN	Pearson Correlation	.803**	.807**	.817**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

d. Uji Validitas Perilaku Pemakaian (Y)

		Correlations				MINAT_PEMAK
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	AIAN
Y.1	Pearson Correlation	1	.509**	.547**	.570**	.781
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120

Y.2	Pearson Correlation	.509**	1	.681**	.605**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	120	120	120	120	120
Y.3	Pearson Correlation	.547**	.681**	1	.705**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	120	120	120	120	120
Y.4	Pearson Correlation	.570**	.605**	.705**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	120	120	120	120	120
MINAT_PEMAKAIAN	Pearson Correlation	.781**	.837**	.874**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	120	120	120	120	120

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

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Kemudahan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.812	4

b. Uji Reliabilitas Keamanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4

c. Uji Reliabilitas Kepercayaan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	4

d. Uji Reliabilitas Perilaku Pemakaian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4



Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linear Berganda

1. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Coefficients		Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.463	.944		.490	.625		
	x1	.378	.152	.361	2.480	.015	.120	8.331
	x2	.291	.120	.248	2.428	.017	.244	4.095
	x3	.298	.113	.281	2.635	.010	.223	4.484

a. Dependent Variable: y

2. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.840 ^a	.706	.698	1.65806	1.666

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: y

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.63702538
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.051
Kolmogorov-Smirnov Z		.943
Asymp. Sig. (2-tailed)		.336

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

4. Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.037 ^a	.001	-.024	1.08903	1.842

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: abs_resid

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.185	3	.062	.052	.984 ^a
	Residual	137.575	116	1.186		
	Total	137.760	119			

a. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

b. Dependent Variable: abs_resid

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.159	.620		1.869	.064		
	x1	-.015	.100	-.040	-.150	.881	.120	8.331
	x2	-.007	.079	-.016	-.087	.931	.244	4.095
	x3	.027	.074	.071	.362	.718	.223	4.484

a. Dependent Variable: abs_resid

Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alkaf Zen
Jabatan : Pimpinan Cabang Pembantu KCP Malang Lawang

Menyatakan bahwa yang beridentitas di bawah ini

Nama : Mafakhir Hilmy
NIM : 15540065
Jurusan : Fakultas Ekonomi Perbankan
Tempat PKL : PT. BRISyariah KCP Malang Lawang

Telah selesai melaksanakan penelitian di PT. BRISyariah KCP Malang Lawang pada tanggal 02 Mei 2019 sesuai dengan Surat Ijin Penelitian Skripsi Nomor : B-1021/FEK.1/PP.00.9/04/2019 yang masuk tanggal 26 April 2019 dari UIN Maulana malik Ibrahim Malang.

Selama melaksanakan kegiatan penelitian diperusahaan ini, yang bersangkutan antusias dalam bertanya serta menjalankan tugasnya dengan baik.

Demikian surat keterangan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Malang, 21 Mei 2019


Alkaf Zen

Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertandatangan di bawah ini :
Nama : Zuraidah, S.E., M. Si
NIP : 19761210 200912 2 001
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

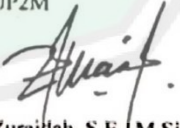
Nama : Mafakhir Hilmy
NIM : 15540065
Handphone : 081230663594
Konsentrasi : Entrepreneur
Email : hilmymafakhir@gmail.com
JudulSkripsi : PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, DAN KEPERCAYAAN
DALAM PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* TERHADAP PERILAKU
PEMAKAIAN *MOBILE BANKING* PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
22%	18%	2%	19%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Malang, 19 Desember 2019
UP2M


Zuraidah, S.E., M.Si
NIP. 19761210 200912 2 001

PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN DAN KEPERCAYAAN DALAM PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP PERILAKU PEMAKAIAN MOBILE BANKING PADA BRI SYARIAH KCP LAWANG

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

Rank	Source	Percentage
1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	9%
2	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	3%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	3%
4	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	2%
5	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
6	es.scribd.com Internet Source	2%

Exclude quotes

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography

Lampiran 7 Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Mafakhir Hilmy
Tempat, tanggal lahir : Bangkalan, 29 April 1997
Alamat Asal : Bangkalan
Alamat Kos : Jl. Mertojoyo Blok N No. 53
Telepon/Hp : 081230663594
E-mail : hilmymafakhir@gmail.com

Pendidikan Formal

2002-2004 : TK Al-Khotibiah
2004-2009 : SD Negeri I Patereman
2009-2012 : SMP Negeri I Modung
2012-2015 : MAN Model Bangkalan
2015-2019 : Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2015-2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
Maliki Malang
2016-2017 : English Language (ELC) UIN Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

- Anggota HMJ Perbankan Syariah Tahun 2016-2017

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Workshop Penulisan Skripsi Integrasi Sains dan Islam diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Workshop Penulisan Artikel Berbasis OJS (Open Journal System) dan Islam diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Sosialisasi Manasik Haji Untuk Mahasiswa/Mahasiswi yang diselenggarakan oleh Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Talk Show Keuangan Syariah yang diselenggarakan Oleh Bank Indonesia Malang
- Peserta Seminar Asuransi Syariah yang diselenggarakan Masyarakat Ekonomi Syariah di UNISMA
- Peserta Kuliah Umum yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan BRI Syariah Kota Malang
- Peserta ICONIES yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Peserta Pelatihan Online Research Skill yang diselenggarakan oleh Perpustakaan Pusat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan BRI Syariah Kota Malang
- Peserta Workshop yang diselenggarakan oleh sahabat pendamping jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan BRI Syariah Kota Malang

BUKTI KONSULTASI

Nama Mahasiswa : Mafakhir Hilmy
NIM/Jurusan : 15540065/Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, S.E., M.M
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Kepercayaan Dalam Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Perilaku Pemakaian *Mobile Banking* Pada BRI Syariah KCP Lawang

Tanggal	Keterangan	Paraf
29 Januari 2019	Konsultasi Outline	1. ✓
04 Februari 2019	Proposal Bab I, II, dan III	2. ✓
10 Maret 2019	Proposal Bab I, II dan III	3. ✓
13 Juni 2019	Acc Seminar Proposal	4. ✓
06 Mei 2019	Skripsi Bab I-V	5. ✓
23 September 2019	Skripsi Bab I-V	6. ✓
24 Oktober 2019	Skripsi Bab I-V	7. ✓
06 November 2019	Acc Seminar Hasil	8. ✓
22 November 2019	Revisi Seminar Hasil Bab I-V	9. ✓
28 November 2019	Revisi Bab I-V dan Acc Ujian Skripsi	10. ✓
20 Desember 2019	Revisi Bab I-V Setelah Ujian Skripsi	11. ✓
		12. ✓

Malang, 28 November 2019

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Eko Supravitno, S.E., M.Si., Ph.D
NIP. 19751109 199903 1 003