

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP
MINAT NASABAH *MOBILE BANKING* SYARIAH DENGAN
MEDIATOR SIKAP PENGGUNAAN DI KOTA PARIAMAN**

SKRIPSI



Oleh

IZZI FIKRAT MK

NIM: 17540075

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2022**

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP
MINAT NASABAH *MOBILE BANKING* SYARIAH DENGAN
MEDIATOR SIKAP PENGGUNAAN DI KOTA PARIAMAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi
Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

IZZI FIKRAT MK

NIM: 17540075

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2022

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP
MINAT NASABAH *MOBILE BANKING* SYARIAH
DENGAN MEDIATOR SIKAP PENGGUNAAN
DI KOTA PARIAMAN**

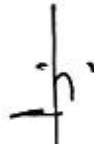
SKRIPSI

O l e h

IZZI FIKRAT MK
NIM: 17540075

Telah disetujui pada tanggal 25 Oktober 2021

Dosen Pembimbing,



Dr. Segaf, S.E., M.Sc
NIP. 19760215201608011049

Mengetahui:
Ketua Jurusan



Dr. Yantik Sri Rahayu, S.E., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

LEMBAR PENGESAHAN
**PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP
MINAT NASABAH *MOBILE BANKING* SYARIAH
DENGAN MEDIATOR SIKAP PENGGUNAAN
DI KOTA PARIAMAN**

Oleh

IZZI FIKRAT MK
NIM: 17540075

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 24 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji

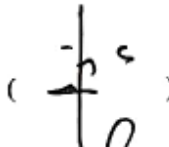
1. Ketua
Tiara Juliana Jaya, M.Si :
NIP. 19920708201903 2 020

2. Dosen Pembimbing/Sekretaris
Dr. Segaf, S.E., M.Sc :
NIP. 1976021520160801 1 049

3. Penguji Utama
Guntur Kusuma Wardana, MM :
NIP. 1990061520180201 1 194

Tanda Tangan


()

()

()



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,


Dr. Sri Rahayu, S.E., MM
NIP. 19770826 200801 2 011

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Izzi Fikrat MK
NIM : 17540075
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

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

PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* TERHADAP MINAT NASABAH *MOBILE BANKING* SYARIAH DENGAN MEDIATOR SIKAP PENGGUNAAN DI KOTA PARIAMAN adalah hasil karya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

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

Malang, 24 Juni 2022

Hormat saya,



Izzi Fikrat MK
NIM: 17540075

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Betapa pentingnya perjuangan, merupakan pengalaman berharga yang dapat menjadikan saya manusia yang berkualitas dan bisa menyelesaikan penelitian tugas akhir.

Saya persembahkan karya sederhana ini kepada orang-orang yang saya sayangi dan kasih.

1. Ayah dan Ibu tersayang bapak Drs. H. Miswan, M.Pd dan ibu Hj. Karleni terima kasih telah memberikan kasih sayang, segala dukungan dan selalu mendoakan putri ketiganya dengan cinta dan kasih sayang yang tidak mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas yang bertulis kata cinta dan persembahan ini.
2. Kakak Abang tercinta Hj. Fitria Romadona S,Pd dan H. Isbagel Sidqi MK yang selalu memberikan kasih sayang dukungan dan nasehat kepada adiknya ini.
3. Dua Adik terkasih Fadhel Geribi MK dan Qorrie Aiena MK yang selalu ikut mendoakan dan mendukung kakaknya ini hingga lulus.
4. Kakak ipar, keponakan beserta keluarga besar saya tercinta yang juga ikut mendoakan kelulusan saya.

MOTTO

“Selesaikan Apa yang Telah dimulai”

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Nasabah *Mobile Banking* Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota Pariaman”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.EI selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, S.E., MM selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah.
4. Bapak Dr. Segaf S.E., M.Sc selaku Dosen Pembimbing.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ayah, Ibu, kakak, adik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan secara moral dan spiritual.
7. Teman-teman Fighters yang selalu memberikan semangat untuk menuntaskan skripsi.
8. Asyfiya Shalihah Amri dengan berbagai kata-kata ajakan, nasehat dan motivasinya.
9. Teman-teman kelas PBS B 2017 yang ikut meramaikan perjuangan saya ini.

10. Teman-teman asrama yang juga tak pernah bosan kebersamaan skripsi ini.
11. Pihak-pihak yang sukarela menjadi responden penelitian saya.
12. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal 'Alamin.

Malang, 24 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab)	xvi

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Batasan Penelitian	12
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 13
2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	20
2.2.2 TAM Variabel	22
2.2.3 <i>Attitude Toward Using</i>	26
2.2.4 <i>Intention to Use</i>	27
2.2.5 <i>Mobile Banking</i>	28
2.3 Kerangka Konseptual	30
2.4 Hipotesis Penelitian	31
 BAB III METODE PENELITIAN	 37
1.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	37
1.2 Lokasi Penelitian	37
1.3 Populasi dan Sampel.....	38

1.4	Teknik Pengambilan Sampel.....	40
1.5	Data dan Jenis Data	41
1.6	Teknik Pengumpulan Data	42
1.7	Defenisi Operasional Variabel	43
1.8	Skala Pengukuran	45
1.9	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
1.10	Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Hasil Penelitian	49
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.1.2	Deskripsi Responden	50
4.1.3	Statistik Deskriptif	53
4.1.4	Uji Kualitas Data	58
4.1.5	Model Struktural	62
4.1.6	Hasil Pengujian Hipotesis	63
4.2	Pembahasan	67
4.3	Kajian Keislaman	72
BAB V KESIMPULAN		74
5.1	Kesimpulan.....	74
5.2	Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1 Defenisi Operasional variabel.....	44
Tabel 3.2 Tabel Jawaban Angket dengan Skala Likert.....	45
Tabel 4.1 <i>Convergent Validity Loading Factor</i>	59
Tabel 4.2 <i>Convergent Validity AVE</i>	60
Tabel 4.3 <i>Cronbach Alpha & Composite Reliability</i>	61
Tabel 4.4 <i>R Square</i>	62
Tabel 4.5 <i>Path Coefficient</i>	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).....	21
Gambar 2.2 Hubungan Antar Variabel	31
Gambar 4.1 Diagram Gender Responden	51
Gambar 4.2 Diagram Usia Responden	51
Gambar 4.3 Diagram Profesi Responden	52
Gambar 4.4 Diagram Persepsi Manfaat	54
Gambar 4.5 Diagram Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	55
Gambar 4.6 Diagram Sikap Penggunaan	56
Gambar 4.7 Diagram Minat Menggunakan	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Lampiran 3 Statistik Deskriptif

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden

Lampiran 5 Hasil Olah Data sebelum Running Data dan *Outer Model*

Lampiran 6 Biodata Peneliti

Lampiran 7 Bukti Konsultasi

Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiasi

ABSTRAK

MK, Izzi Fikrat. 2022, Skripsi. Judul: “Pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Nasabah *Mobile Banking* Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota Pariaman”

Pembimbing : Dr. Segaf S.E., M.Sc

Kata Kunci : *Technology Acceptance Model*, Minat Menggunakan, Sikap Penggunaan

Peran dari teknologi informasi mendorong semangat perbankan untuk turut serta dalam memanfaatkan teknologi internet dan merupakan kesempatan bagi bank dalam melayani nasabah dan memajukan perusahaan. Dengan bantuan teknologi, transaksi bank bisa dilakukan secara online baik itu transaksi keuangan maupun non keuangan, layanan ini disebut dengan *mobile* atau *internet banking*. Dalam beberapa kenyataannya masih banyak dijumpai nasabah yang rela menghabiskan waktunya hanya untuk bertransaksi di ATM karena tidak semua layanan yang diberikan membawa kemudahan bagi beberapa orang, terutama bagi yang merasa tidak terlalu memahami teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan di Kota Pariaman.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Subjek penelitian ini adalah masyarakat pengguna *mobile banking* syariah Kota Pariaman. Analisis data menggunakan *partial least square* yang memiliki tujuan untuk menyederhanakan hasil dari olahan data, sehingga mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah. Sikap penggunaan tidak memiliki pengaruh dalam memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah. Kemudian sikap penggunaan tidak memiliki pengaruh dalam memediasi pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* syariah.

ABSTRACT

MK, Izzi Fikrat. 2022, THESIS. Title: “The Influence of Technology Acceptance Model on Islamic Mobile Banking Customers' Interest with Mediators of Usage Attitudes in Pariaman City”

Advisor: Dr. Segaf S.E. M.Sc

Keywords: Technology Acceptance Model, Attitude toward Using, Intention to Use

The role of information technology boosts the spirit of banks to participate in utilizing internet technology and is an opportunity for banks to serve customers and advance the company. With the help of technology, bank transactions can be done online, both financial and non-financial transactions, this service is called mobile or internet banking. In fact, there are still many customers who are willing to spend their time only to transact at ATMs because not all services provided bring convenience to some people, especially those who feel they do not understand technology very well. The purpose of this study was to determine how the influence of the Technology Acceptance Model on the interest of sharia mobile banking customers with the mediator of attitude of use in Pariaman City.

This study uses a quantitative approach with a survey method. The subject of this research is the community of users of sharia mobile banking in Pariaman City. Data analysis uses partial least squares which has the aim of simplifying the results of data processing, making it easy to understand and interpret.

The results of this study indicate that perceived benefits have no effect on customer interest. Attitude of use has no influence in mediating the effect of perceived benefits on customer interest. Perceptions of ease of use affect customer interest. Then the attitude of use has no influence in mediating the effect of perceived ease of use on customer interest in using Islamic mobile banking.

المستخلص

م ك, عزي فكرات. 2022 ، أطروحة. العنوان: " تأثير نموذج قبول التكنولوجيا على اهتمام عملاء الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المتحرك مع وسطاء اتجاهات الاستخدام في كوتا باريامان "

المشرف : الدكتور السجاف بكالوريوس اقتصاد, الماجستير

الكلمة الرئيسية : نموذج قبول التكنولوجيا ، الاهتمام بالاستخدام ، موقف الاستخدام

يعزز دور تقنية المعلومات من روح البنوك للمشاركة في الاستفادة من تكنولوجيا الإنترنت وهي فرصة للبنوك لخدمة العملاء والنهوض بالشركة. بمساعدة التكنولوجيا ، يمكن إجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت ، سواء المعاملات المالية وغير المالية ، وتسمى هذه الخدمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أو الإنترنت. في الواقع ، لا يزال هناك العديد من العملاء المستعدين لقضاء وقتهم فقط لإجراء المعاملات في أجهزة الصراف الآلي لأن جميع الخدمات المقدمة لا توفر الراحة لبعض الأشخاص ، وخاصة أولئك الذين يشعرون أنهم لا يفهمون التكنولوجيا جيدًا. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مدى تأثير نموذج قبول التكنولوجيا على مصلحة عملاء الخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك المتوافقة مع الشريعة الإسلامية مع وسيط مواقف الاستخدام في مدينة باريامان.

تستخدم هذه الدراسة نهجا كميا مع طريقة المسح. موضوع هذا البحث هو مجتمع مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المتحرك المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في مدينة باريامان. يستخدم تحليل البيانات المربعات الصغرى الجزئية التي تهدف إلى تبسيط نتائج معالجة البيانات ، مما يسهل فهمها وتفسيرها.

تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن الفوائد المتصورة ليس لها تأثير كبير على مصلحة العملاء. إن إدراك سهولة الاستخدام له تأثير كبير على مصلحة العملاء. ومن ثم ، فإن موقف الاستخدام ليس له أي تأثير في التوسط في تأثير الفوائد المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة على مصلحة العملاء في استخدام الخدمات المصرفية الإسلامية عبر الهاتف المحمول.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin tinggi dan pesatnya perkembangan teknologi informasi beberapa tahun belakangan ini, maka semakin banyak pula muncul ide atau kreatifitas bagi pelaku bisnis dalam mempromosikan dagangannya (Kementrian Komunikasi dan Informasi, 2019). Di era globalisasi ini, teknologi informasi merupakan termasuk ke dalam list-an kebutuhan penting yang harus dipenuhi. Informasi-informasi bisa didapatkan tidak lain dari satu individu ke individu lainnya, televisi, koran, serta sosial media yang disokong dengan bantuan alat teknologi informasi yang disebut dengan *gadget*.

Teknologi informasi pun tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari, mengingat betapa gencarnya penggunaan teknologi informasi yang dilakukan oleh masyarakat saat ini. Penggunaan teknologi informasi terutama internet bisa dilakukan oleh siapapun dimanapun ia berada asalkan ada alat pendukung dan jaringan yang bagus. Bagi anak muda maupun orang tua, bahkan anak-anak balita pun tidak sedikit yang bisa menggunakan internet, mengingat betapa mudahnya penggunaan internet yang diberikan saat ini.

Berdasarkan laporan worldometers per 23 maret 2021, Indonesia menempati posisi ke-empat penduduk terbanyak di dunia yang penduduknya berjumlah 275,658,016 juta jiwa. Tidak dipungkiri lagi melihat pada hasil laporan data

tersebut, Indonesia memiliki pengguna internet yang terhitung banyak. Hasil survey yang dijalankan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) di tahun 2021-2022 dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Pengguna Internet	Jumlah Penduduk (Juta Jiwa)	Peningkatan (%)
2019-2020	196,71	266,92	73,7
2021-2022	210,027	272,68	77,02

Sumber: Laporan Survei APJII 2021-2022

Dari tabel 1.1 diatas, dapat diketahui sebanyak 77,02% atau 210,02 juta jiwa dari total 272,68 juta orang penduduk Indonesia sebagai pengguna layanan internet, yang mana ini meningkat dibandingkan pada tahun 2019-2020 lalu sebanyak 73,70% atau 196,71 juta jiwa dari total 266,92 juta orang penduduk Indonesia yang menggunakan internet (APJII, 2022). Pengguna *mobile banking* di Indonesia diperkirakan tumbuh 36 juta menjadi 88 juta secara keseluruhan. Perkiraan UnaFinancial pertama-tama mengasumsikan pangsa pengguna aplikasi perbankan seluler tersebut (dari total pengguna internet, berusia 16 hingga 64 tahun) terus bertumbuh 4% setiap tahun sejalan dengan tingkat pertumbuhan antara 2017 dan 2019.

Berdasarkan data tersebut bisa dilihat ini merupakan peluang yang mendorong laju dari pelaku-pelaku usaha bisnis untuk maju dan berkembang. Berbagai macam penawaran yang diberikan pelaku-pelaku bisnis melalui teknologi. Selain untuk mendapatkan informasi, diketahui bahwasanya teknologi internet bisa digunakan

sebagai alat transaksi dari pembelian dan pembayaran. Jain (1990) dalam jurnal (Segaf, 2012) mengemukakan, organisasi jasa keuangan islam menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dari pelanggan setia, dan pelanggan yang berkomitmen cenderung lebih puas dengan hubungan perbankan mereka . Peran dari teknologi informasi mendorong semangat perbankan untuk turut serta dalam memanfaatkan teknologi internet dan ini merupakan kesempatan yang tidak bisa diabaikan oleh pihak bank dalam melayani nasabah dan memajukan perusahaan. Dengan bantuan teknologi, transaksi bank bisa dilakukan secara online baik itu transaksi keuangan maupun non keuangan. Dan layanan yang disediakan ini disebut dengan *Mobile* atau *Internet Banking*.

Internet banking dan *mobile banking* merupakan fasilitas yang disediakan oleh bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi tanpa perlu ke bank. Secara teknis *internet banking* lebih luas cakupannya daripada *mobile banking*. *Internet banking* biasanya ada dalam bentuk website yang bisa diakses menggunakan *laptop*, *desktop*, *tablet* maupun *smartphone*, sedangkan *mobile banking* tersedia dalam bentuk aplikasi yang hanya bisa diunduh pada *smartphone* (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Secara singkatnya *mobile banking* bagian kecil dari *internet banking* yang bisa digunakan dalam keadaan darurat dimanapun berada, asalkan ada alat pendukungnya dan jaringan yang apik. Penawaran-penawaran yang diberikan *internet banking* atau *mobile banking* pun hampir sama. Seperti cek saldo tabungan, transfer sesama ataupun beda bank syariah, membuka rekening tabungan baru, laporan mutasi rekening, pembelian dan pembayaran tagihan, serta informasi

suku bunga atau *kurs*. Hanya saja untuk *internet banking* dalam laporan mutasi rekening bisa diakses hingga 5 tahun ke belakang, sedangkan untuk *mobile banking* hal ini tidak bisa. Maka dari itu, bisa dilihat perbedaan yang menonjol dari keduanya adalah kemudahan akses yang didapat. *Mobile banking* bisa digunakan dimanapun asalkan selalu bersama *smartphone* dan sinyal yang mendukung, sedangkan *internet banking* tergolong ribet jika menggunakan *laptop*, *desktop*, ataupun *tablet* yang berat jika dibawa kemana-mana (Otoritas Jasa Keuangan, 2015).

Andrew Gunawan (2014) dalam jurnalnya mencatat “di Indonesia sejarah penerapan teknologi *internet banking* dimulai sejak tahun 1998 yang diawali oleh Bank Internasional Indonesia (BII), kemudian pada tahun 2000 penerapan *internet banking* ini dilanjutkan oleh Bank Niaga dan Bank Central Asia, dimana tahun 2001 dilanjutkan oleh Bank Bukopin. Selanjutnya pada tahun 2003, 2005, 2007, 2008, 2009 disusul oleh Bank Mandiri, bank Permata, Bank Negara Indonesia, Danamon, Bank rakyat Indonesia dan terakhir pada tahun 2010 diterapkan oleh Bank Mega”. Fasilitas *mobile banking* ini tersedia 24 jam dan dapat diakses dimanapun berada. Fasilitas ini ada untuk nasabah yang ingin bertransaksi cepat, nyaman, aman, hemat waktu dan tidak perlu pergi ke bank. Penawaran fasilitas dari *mobile banking* adalah seperti cek saldo rekening, transfer sesama bank syariah, mutasi 5 hingga 20 transaksi terakhir, pembayaran berbagai macam tagihan, dan menu lain sebagainya (Rahayu, 2016).

Menurut Imam Sugih Rahayu (2016) namun dalam beberapa kenyataannya, masih banyak dari nasabah yang rela untuk menghabiskan waktunya untuk pergi ke bank ataupun mengantri di depan ATM, hanya untuk mentransfer dana ke rekening tujuan, melakukan pembelian dan pembayaran tagihan ataupun sekedar mengecek saldo rekening. Ini disebabkan karena tidak semua layanan yang diberikan membawa kemudahan bagi beberapa orang, terutama bagi yang merasa tidak terlalu memahami teknologi, dan karena alasan lainnya yaitu sudah sangat terbiasa menggunakan ATM (Rahayu, 2016). Dan fenomena ini masih sering dijumpai di masyarakat. Di negara berkembang, banyak teknologi perbankan elektronik yang di dunia industri tampaknya tidak berhasil, mungkin karena sebagian besar penduduk tidak memiliki rekening bank dan atau tidak memiliki komputer pribadi. Ini, bagaimanapun, telah berubah secara mendasar dengan inovasi *mobile banking* (Kejela & Porath, 2022).

Dalam penawaran fasilitas teknologi informasi yang diberikan oleh suatu perusahaan, tentu saja ada respon timbal balik dari penawaran tersebut, apakah teknologi tersebut diterima baik oleh pengguna atau bahkan ditolak oleh si pengguna. Maka dari itu diperlukan untuk mengukur perilaku pengguna dalam menerima dan memahami layanan yang diberikan (Hanifa, 2017). *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan pengembangan dan pengadopsian dari *The Theory of Reasoned Action* (TRA) yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen (1980) (Andrew Gunawan, 2014). *Technology Acceptance Model* (TAM) berfungsi menganalisis perilaku seseorang terhadap diterima atau tidaknya suatu teknologi,

kemudian dari analisis tersebut memberikan sebuah penjelasan yang simple, baik diterima atau tidaknya teknologi tersebut. Cara nasabah dalam memanfaatkan dan menerima layanan *mobile banking* dapat dilihat dengan menggunakan kerangka *Theory Acceptance Model* (TAM). (Wibowo, 2008) menyatakan model ini memiliki 2 poin penting yang dijadikan sebagai variabel pengukur diterimanya suatu teknologi, yaitu: *Perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *Perceived usefulness* (persepsi manfaat).

Adapun variable penunjang lain diterimanya suatu teknologi adalah *attitude toward using* (sikap penggunaan) dan *intention to use* (minat menggunakan). Dan sikap penggunaan suatu teknologi digunakan sebagai variabel yang menghubungkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat seseorang untuk menggunakan teknologi yang diberikan.

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan *perceived usefulness* (persepsi manfaat) yang didefinisikan di sini, sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Suatu sistem yang dirasakan manfaatnya tinggi, pada gilirannya, adalah sistem yang diyakini pengguna akan adanya hubungan penggunaan-kinerja yang positif.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan kondisi dimana seseorang mempercayai sebuah teknologi dapat membantu sebuah pekerjaan bahkan dengannya memudahkan untuk memperoleh prestasi kerja (Tyas

et al., 2019). Persepsi kemudahan penggunaan dalam kerangka *Technology Acceptance Model* adalah sebuah pemikiran akan kemudahan pelayanan yang diberikan oleh sebuah system maupun teknologi. Ketika seseorang menjadikan sebuah system dengan tolak ukur bahwasanya teknologi tersebut dapat dipahami dan mudah untuk digunakan. Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *perceived ease of use* antara lain mudah digunakan, fleksibel, mudah dipelajari, dan dapat mengontrol pekerjaan (Tyas et al., 2019).

Menurut (Wibowo, 2008) adapun sikap terhadap menggunakan (*Attitude Toward Using*) adalah, diartikan sebagai bentuk sikap terhadap penggunaan sebuah sistem atau teknologi yang dikonsepsikan dalam bentuk seperti penerimaan ataupun penolakan sebagai timbal balik seseorang menggunakan suatu system dalam pekerjaannya, dan faktor “sikap” merupakan unsur dari cara pandang/kognitif, afektif, dan merupakan bagian yang berkaitan dengan perilaku.

Kemudian *intention to use* atau minat untuk menggunakan adalah kecenderungan dari perilaku seseorang untuk tetap menggunakan suatu system atau teknologi. Tingkat penggunaan dari sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dan dinilai dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk menambah alat pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain. (Wibowo, 2008)

Otoritas Jasa Keuangan Provinsi Sumatera Barat melaporkan, kinerja perbankan syariah di Sumbar tumbuh signifikan dibandingkan dengan perbankan konvensional selama tahun 2021. Yang mana pertumbuhan kinerja aset, dan pembiayaan perbankan syariah 2021 tumbuh masing-masing sebesar 14,12% dan 16,65% dibanding dengan tahun sebelumnya. Dana pihak ketiga perbankan syariah tumbuh 14,36% dan rasio *nonperforming finance* sebesar 1,82%. Pertumbuhan perbankan syariah tidak lepas dari komitmen pemerintah daerah dalam menggalakkan ekonomi syariah yang sebenarnya sudah mengakar di masyarakat. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Pariaman 2021 merupakan kota yang mayoritas penduduknya adalah muslim ini memiliki 2 kantor Bank Syariah. Diantaranya 1 Bank Umum Syariah (BUS) yang dipegang oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) dan 1 Unit Usaha Syariah (UUS) yaitu Bank Nagari Syariah (BPD Sumatera Barat).

Bank Syariah Indonesia sudah beroperasi di Kota Pariaman selama 12 tahun, terhitung dari tahun 2010 lalu hingga saat ini, yang mana dimulai dengan berdirinya Bank Mandiri Syariah hingga 2020 kemarin, kemudian tahun 2021 diganti menjadi Bank Syariah Indonesia. Sampai sekarang hanya terdapat 1 satu bank syariah yang beroperasi di Kota Pariaman, padahal Per 2021 kemarin Badan Pusat Statistik mencatat sebanyak 90.341 jiwa yang berstatus muslim di Kota Pariaman. Namun dalam beberapa kenyataannya, masih banyak dari nasabah yang rela untuk menghabiskan waktunya untuk pergi ke bank ataupun mengantri di depan

ATM, hanya untuk mentransfer dana ke rekening tujuan, melakukan pembelian dan pembayaran tagihan ataupun sekedar mengecek saldo rekening. Ini disebabkan karena tidak semua layanan yang diberikan membawa kemudahan bagi beberapa orang, terutama bagi yang merasa tidak terlalu memahami teknologi, dan karena alasan lainnya yaitu sudah sangat terbiasa menggunakan ATM dan fenomena ini masih sering dijumpai di masyarakat.

Pada penggunaan *mobile banking* syariah, persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan yang diberikan tersebut. Sikap menjadi simbol atau penghubung dari hubungan ketiga variabel tersebut. Sebagaimana diketahui bahwasanya penciptaan dari sebuah teknologi tidak lain ialah untuk mempermudah pekerjaan manusia. Wibowo (2008) melakukan penelitian tentang beberapa persepsi *Technology Acceptance Model (TAM)* dalam perilaku pengguna sistem informasi. Peneliti menggunakan *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* terhadap *attitude toward using* dalam menganalisis perilaku pengguna sistem informasi. Selain itu variabel yang juga dipengaruhi oleh dua persepsi tersebut ialah *behavioural intention to use* dan *actual system usage*. Adapun hasil dari penelitian tersebut adanya pengaruh yang signifikan dari semua variabel yang digunakan terhadap perilaku pengguna sistem informasi.

Isaiah (2012) meneliti menggunakan empat variabel, hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh signifikan bahwa *Perceived Usefulness*, *Ease of*

Use, Perceived Self Efficacy, dan Perceived Credibility terhadap sikap nasabah menggunakan M-banking. Hasil analisis data berkontribusi pada pengetahuan dengan menunjukkan bahwa faktor-faktor di atas sangat penting dalam sikap terhadap penggunaan M-banking dalam konteks negara berkembang.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya, Wirahutomo (2017) menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, niat perilaku, dan sikap penggunaan sebagai variabel mediasi, uji kasus pada sebuah channel youtube. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan langsung antara semua variabel tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, penulis disini tertarik untuk meneliti mengenai hal-hal yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* Syariah dari persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka TAM dengan sikap terhadap penggunaan sebagai variabel penghubung dari ketiga variabel sebelumnya, maka dari itu penulis mengambil penelitian yang berjudul: ***“Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Minat Nasabah Mobile Banking Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota Pariaman”***

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh persepsi manfaat pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah?
2. Apakah pengaruh persepsi manfaat pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan.
3. Apakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah.
4. Apakah pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui pengaruh persepsi manfaat pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah
2. Dapat mengetahui pengaruh persepsi manfaat pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan.
3. Dapat mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah.

4. Dapat mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan dapat menjadi tambahan bahan acuan bagi peneliti yang akan datang terutama membahas tentang persepsi nasabah terhadap kemudahan dan manfaat penggunaan dalam penerimaan *internet* ataupun *mobile banking*. Kemudian dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan secara umum serta bagi perbankan merupakan informasi dari nasabah untuk dijadikan acuan dalam memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

1.5 Batasan Penelitian

Lingkup dari penelitian ini adalah pengguna layanan *mobile banking* syariah pada sebuah kota tertentu, tidak secara universal seluruh wilayah Negara Indonesia. Kemudian kuisisioner disebar secara online melalui sosial media yang mana saat pengisian kuisisioner, peneliti tidak mendampingi responden sehingga yang mana keakuratan tidak bisa dijamin seutuhnya. Selain itu kemungkinan ada beberapa dari pernyataan-pernyataan kuisisioner yang mungkin tidak bisa dipahami dengan jelas oleh responden.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya, disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dapat memposisikan penelitian serta menunjukkan orisinalitas dari penelitian. Pada bagaian ini peneliti mencamtumkan berbagai hasil penelitian terdahulu terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan. Berikut merupakan penelitian terdahulu yang masih terkait dengan tema yang penulis kaji.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel, Indikator atau Fokus Penelitian	Metode/Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Isaiah Lules, 2012, <i>Application of Technology Acceptance Model (TAM) in M-Banking Adoption in Kenya</i>	<i>M-banking, Technology Acceptance Model, Adoption</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh signifikan bahwa <i>Perceived Usefulness, Ease of Use, Perceived Self Efficacy</i> , dan <i>Perceived Credibility</i> terhadap sikap nasabah

				menggunakan M-banking.
2	Maqbool Ahmad, 2018, <i>Review of the Technology Acceptance Model (TAM) in Internet banking and Mobile Banking</i>	<i>TAM Model, TAM Development, TAM limitations, Internet Banking, Mobile Banking</i>	<i>Qualitative data Analysis</i>	Secara keseluruhan, model TAM terbukti 40% efektif dalam memprediksi sistem menggunakan. Tinjauan yang dilakukan terhadap model TAM, perluasan, pengembangan, dan kekurangannya telah menentukan evolusi model yang konsisten, masih banyak bidang terkait yang belum dijelajahi dengan teori, dan aspek praktis adopsi teknologi dapat memfasilitasi pihak yang berkepentingan seperti peneliti akademis, organisasi, dan pemerintah institusi.
3	Mohamed Gamal Aboelmaged and Tarek R. Gebba, 2013, <i>Mobile banking Adoption: An</i>	<i>Mobile Banking, Theory of Planned Behavior, technology Acceptance</i>	<i>Questionnaire</i>	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari sikap terhadap <i>mobile banking</i> dan norma subjektif

	<i>Examintaion of Technology Acceptance Model and Theory of Palned Behavior</i>	<i>Model, Technology Adoption, Banks</i>		pada adopsi <i>mobile banking</i> . Anehnya, efek kontrol perilaku dan kegunaan di ponsel adopsi perbankan tidak signifikan. Selanjutnya, hasil regresi menunjukkan pengaruh yang signifikan dari persepsi kegunaan pada sikap terhadap <i>mobile banking</i> sedangkan pengaruh persepsi kemudahan penggunaan pada sikap terhadap <i>mobile banking</i> tidak didukung.
4	Shumaila Y. Yousafzai, Gordon R. Foxall and John G, Pallister, 2007, <i>Technology Acceptance: a meta-analysis of the TAM: Part2</i>	<i>Technology- led strategy, research, User Studies, Modelling</i>	ANOVA	Fokus dominan dalam penyelidikan empiris TAM adalah pada pemodelan niat untuk efeknya pada perilaku penggunaan yang dilaporkan sendiri, sedangkan konstruk sikap telah ditelantarkan. Hal ini menimbulkan tiga pertanyaan: apakah pengecualian sikap dari TAM bermanfaat bagi pemahaman tentang

				<p>perilaku penggunaan teknologi dalam pengaturan wajib; apakah TAM yang direvisi berlaku sama untuk pengaturan wajib dan sukarela; dan apakah penekanan pada pengukuran niat dan penggunaan laporan sendiri daripada penggunaan sebenarnya dijamin.</p>
5	<p>Arief Wibowo, 2008, Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)</p>	<p>Sistem Informasi, Perilaku Pengguna, <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM).</p>	<p><i>Structural Equation Modeling</i> (SEM)</p>	<p>Persepsi kemudahan sistem berpengaruh positif secara signifikan terhadap persepsi kegunaan. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap pengguna. Persepsi kemudahan sistem tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap pengguna. Persepsi kenyamanan pengguna tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap pengguna. Persepsi kemudahan sistem tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemakaian nyata. Persepsi kegunaan</p>

				tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemakaian nyata. Persepsi kegunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi. sedangkan sikap pengguna tidak berpengaruh secara signifikan terhadap penerimaan teknologi informasi.
6	Andrew Gunawan, 2014, Aplikasi <i>Technology Acceptance Model</i> pada Minat Nasabah untuk Menggunakan <i>Internet Banking</i>	<i>Accounting Information System, E-Banking, TAM, SEM</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Semua variabel yang digunakan berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan internet banking. Kemudian juga ditemukan fakta bahwasanya persepsi kegunaan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap minat, melainkan memiliki pengaruh yang langsung melalui sikap.
7	Imam Sugih Rahayu, 2016, Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Menggunakan Kerangka	<i>Mobile Banking, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived credibility,</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Persepsi manfaat memberikan pengaruh positif terhadap minat perilaku, Sebaliknya Persepsi pengaruh Persepsi kemudahan

	<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)	<i>information of mobile banking, behavioral intention.</i>		penggunaan terhadap minat perilaku menggunakan M-Banking bernilai negatif. pengaruh positif terjadi antara Persepsi kredibilitas terhadap minat perilaku menggunakan M-Banking. Informasi tentang <i>Mobile Banking</i> berpengaruh positif terhadap perilaku menggunakan <i>Mobile Banking</i> .
8	Fran Sayekti dan Pulasna Putarta, 2016, Penerapan <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Sistem Informasi Keuangan Daerah	<i>Technology Acceptance Model, behavioral intension to use, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use.</i>	Analisis regresi berganda	Persepsi kegunaan berpengaruh terhadap penggunaan dari SIPKD, adapun persepsi kemudahan penggunaan tidak memiliki pengaruh atas SIPKD.
9	Gusti Agung Wirahutomo, 2017, Pengaruh Persepsi Kegunaan (Perceived Uesefulness), Persepsi	Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, niat perilaku, dan sikap penggunaan	<i>Partial least Square</i> (PLS)	Menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, niat perilaku, dan sikap penggunaan sebagai variabel mediasi, uji kasus pada sebuah

	Kemudahan (Perceived Ease to Use) terhadap Niat Perilaku (Behavioural Intention) dalam Mengakses Channel Youtube Endank Soekamti dengan Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using) sebagai Mediasi	sebagai variabel mediasi,		channel youtube. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan langsung antara semua variable.
10	Putu Ayu Sinthia Adnyasuari, Gede Sri Darma, 2017, <i>Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking</i>	<i>Perceived ease of use, perceived of usefulness, attitude toward of using, esatisfaction, attitude toward of using, actual system usage.</i>	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Menunjukkan Technology acceptance model memiliki efek positif. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kemanfaatan, signifikan dan memiliki efek positif terhadap attitude toward using dan e-satisfaction. Adanya pengaruh positif dan signifikan antara attitude toward using dengan penggunaan system sebenarnya.

Sumber: Data diolah oleh Peneliti 2021

Berdasarkan jabaran penelitian terdahulu diatas bisa dilihat adanya kesamaan variabel yang digunakan beberapa peneliti yaitu *perceived usefulness* (persepsi manfaat), *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan), *intention to use* (minat menggunakan), *actual system usage* (pemakaian nyata), *behavioral intension to use* (niat perilaku). Peneliti disini ingin memadukan variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap terhadap menggunakan dan minat untuk menggunakan, yang mana sikap penggunaan sebagai variabel intervening atau mediasi. Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wirahutomo (2017) menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, niat perilaku, dan sikap penggunaan sebagai variabel mediasi, uji kasus pada sebuah channel youtube. Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan langsung antara semua variabel tersebut.

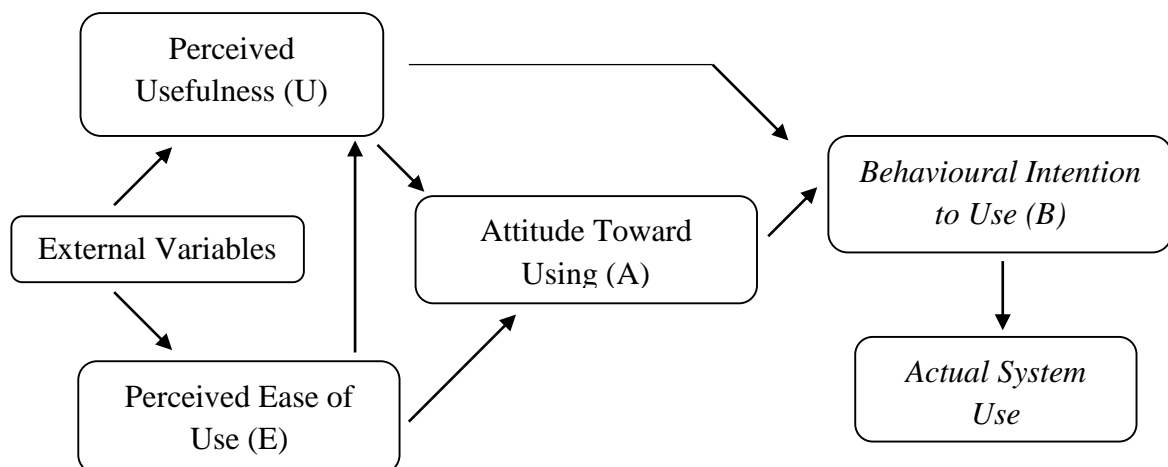
2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Teori yang pertama kali dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen ini merupakan sebuah teori yang digunakan untuk menilai penerimaan sebuah sistem teknologi. Teori ini memiliki dua faktor penting yang dijadikan dasar dalam menilai sebuah teknologi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan. *Technology Acceptance Model (TAM)* merupakan pengembangan dan pengadopsian dari *The Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen

(1980) (Andrew Gunawan, 2014). *Technology Acceptance Model (TAM)* berfungsi menganalisis perilaku seseorang terhadap diterima atau tidaknya suatu teknologi, kemudian dari analisis tersebut memberikan sebuah penjelasan yang simple, baik diterima atau tidaknya teknologi tersebut. TAM sebagai salah satu pendekatan untuk mengambil stok pengetahuan saat ini, menawarkan wawasan tentang perilaku penggunaan teknologi, dan mengidentifikasi area di mana penelitian kurang (Yousafzai et al., 2014). Bagaimana nasabah dapat memanfaatkan dan menerima layanan *mobile banking* dapat dilihat dengan menggunakan kerangka *Theory Acceptance Model (TAM)*. (Wibowo, 2008) menyatakan model ini memiliki 2 poin penting yang dijadikan sebagai variable pengukur diterimanya suatu teknologi, yaitu : (1) Persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dan (2) Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*)

Gambar 2.1
Technology Acceptance Model (TAM) (Davis, 1989)



Sumber: Jurnal (Tyas et al., 2019)

Sedangkan Ahmad didalam jurnalnya menjelaskan teori TAM menetapkan tiga penentu mendasar seperti kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan yang dirasakan dan sikap terhadap penggunaan sistem untuk adopsi dan penerimaan pengguna dari setiap teknologi baru (Ahmad, 2018). Namun secara garis besar faktor terpenting didalam TAM ialah persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Davis (1989) dalam (Mada & Putri, 2021), Peningkatan pada persepsi kemudahan penggunaan secara instrumental memiliki pengaruh peningkatan dari persepsi manfaat karena kemudahan penggunaan suatu sistem tidak membutuhkan waktu lama untuk dipahami dan dipelajari sehingga seseorang individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan suatu pekerjaan lain sehingga berkesinambungan dengan efektifitas dari kinerja.

2.2.2 TAM Variabel

2.2.2.1 Persepsi Manfaat (*Perceived Usefulness*)

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan mengenai persepsi manfaat atau kegunaan, kegunaan yang dirasakan didefinisikan di sini, sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Suatu sistem yang dirasakan manfaatnya tinggi, pada gilirannya, adalah sistem yang diyakini pengguna akan adanya hubungan penggunaan-kinerja yang

positif. Persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Dimensi tentang kemanfaatan teknologi informasi meliputi:

1. Kegunaan, meliputi dimensi: menjadikan pekerjaan lebih mudah, bermanfaat menambah produktivitas
2. Efektivitas, meliputi dimensi: mempertinggi efektivitas, mengembangkan kinerja pekerjaan. (Wibowo, 2008).

Indikator persepsi kegunaan mengacu pada penelitian Shomad (2013) dalam (Wirahutomo, 2017) yaitu: (1) Secara keseluruhan berguna untuk digunakan (2) Sangat berharga bagi pengguna (3) Konten yang berguna bagi pengguna (4) Situs yang fungsional

Perspektif persepsi manfaat dalam islam: keteladanan antar sesama manusia telah lama diajarkan islam kepada pengikutnya. Berdasarkan hadis dibawah ini:

عَنْ جَابِرٍ، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا، قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ

وَسَلَّمَ: خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“*Jabir radhiyallahu ‘anhuma bercerita bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wasallam bersabda: “Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia.”* Hadits dihasankan oleh al-Albani di dalam *Shahihul Jami’* (no. 3289).

Adapun keterkaitan antara hadis diatas dengan persepsi manfaat ialah adanya sebuah perspektif tentang manfaat manusia kepada manusia lainnya. *Mobile banking* adalah sebuah bentuk dari manfaat yang diciptakan manusia dalam bentuk teknologi, adapun tujuannya adalah memudahkan kerja manusia dalam bertransaksi di bank. Namun masih banyak dijumpai dari masyarakat Kota Pariaman yang rela antri didepan ATM ataupun bank hanya untuk sekedar mentransfer maupun melakukan pembayaran yang mana sebenarnya hal ini bisa dilakukan melalui *mobile banking* syariah.

Perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan teknologi tidak bisa dipungkiri lagi, diharapkan manusia bisa menggali hikmah dan manfaat suatu teknologi. Manusia tidak dilarang untuk mengikuti kemajuan teknologi, akan tetapi diminta untuk bisa berhati-hati dan tetap berpegang pada prinsip syariah.

2.2.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, sebaliknya mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Ini mengikuti dari definisi *ease* adalah kebebasan dari kesulitan atau usaha besar. Usaha adalah sumber daya terbatas yang dapat

dialokasikan orang untuk berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya. Radner dan Rothschild, 1975 dalam (Langelo, 2013). Semua hal lainnya memiliki makna yang sama, yaitu mengklaim aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain lebih mungkin diterima oleh pengguna. Indikator persepsi kemudahan berdasarkan konsep Shomad (2013) pada (Wirahutomo, 2017) yaitu:

- a. Situs yang jelas dan dapat dimengerti.
- b. Tidak memerlukan usaha yang berlebihan.
- c. Mudah untuk menemukan informasi yang dibutuhkan.
- d. Mudah untuk digunakan.

Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 185 dibawah ini menjelaskan tentang kemudahan:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ

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

Adapun keterkaitan antara ayat diatas dengan persepsi kemudahan penggunaan ialah, bahwasanya Allah SWT pun menghendaki adanya kemudahan dalam kehidupan manusia. Memberikan teknologi yang mudah dipahami adalah sebuah bentuk dari upaya manusia untuk mewujudkan kemudahan dalam kehidupan manusia, yang mana bisa

menimbulkan rasa semangat dan berkeinginan untuk sukses dalam meraih prestasi dan meningkatkan kinerja manusia. Akan tetapi bagi sebagian orang seperti di Kota Pariaman, dalam kenyataannya masih banyak dari masyarakat yang belum bisa memahami akan kemudahan yang teknologi berikan. Tentu saja hal ini menjadi faktor berkurangnya minat seseorang untuk menggunakan *mobile banking* syariah

2.2.3 *Attitude Toward Using* (Sikap Penggunaan)

(Langelo, 2013) *Customer behaviour* (perilaku dari pelanggan) adalah studi tentang proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau membuang produk, layanan, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Solomon 2011: 33). Dalam penelitian ini menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi individu dalam menggunakan layanan yaitu internet banking dan kaitannya dengan pengambilan keputusan. Dalam pengambilan keputusan, seseorang tidak langsung memilih suatu produk atau jasa. Ada tahapan dalam pengambilan keputusan pelanggan:

1. Pengenalan Masalah.
2. Pencarian Informasi.
3. Evaluasi alternative.
4. Pilihan produk.
5. Hasil.

Adapun *Attitude Toward Using* (sikap terhadap menggunakan) adalah, diartikan sebagai bentuk sikap terhadap penggunaan sebuah system atau teknologi yang dikonsepskan dalam bentuk seperti penerimaan ataupun penolakan sebagai timbal balik seseorang menggunakan suatu system dalam pekerjaannya. Peneliti lain menyatakan bahwa factor “sikap” merupakan unsur dari cara pandang/kognitif, afektif, dan merupakan bagian yang berkaitan dengan perilaku. (Wibowo, 2008)

2.2.4 *Intention to Use* (Minat Menggunakan)

Intention to use atau minat untuk menggunakan adalah kecenderungan dari perilaku seseorang untuk tetap menggunakan suatu system atau teknologi. Tingkat penggunaan dari sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dan dinilai dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk menambah alat pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Wibowo, 2008). Indikator niat perilaku (behavioural intention) mengacu pada Jogiyanto (2007) dalam (Wirahutomo, 2017) yaitu;

- a. Menggunakan internet.
- b. Menggunakannya sesering mungkin
- c. Berencana menggunakan di masa mendatang
- d. Bermaksud melanjutkan menggunakan di masa mendatang
- e. Berharap melanjutkan menggunakan di masa mendatang

Adapun minat didalam kajian islam dapat dilihat pada Al-Qur'an surah Ar-Rahman ayat 84 yang menjelaskan menjelaskan:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya “Katakanlah (Muhammad), “Setiap orang berbuat sesuai dengan pembawaannya masing-masing.” Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.”

Dengan minat, seseorang akan termotivasi untuk mempelajari sesuatu yang ia minati. Minat seseorang terhadap sesuatu dapat mempengaruhi perilaku yang dimiliki orang tersebut. Misalnya pada *mobile banking* seseorang akan menunjukkan minatnya menggunakan *mobile banking* dengan memakainya sesering mungkin, karena pada sistem tersebut dia merasa aman, mudah, dan percaya untuk memudahkan kinerjanya.

Minat masyarakat Kota Pariaman akan *mobile banking* syariah masih bisa dibilang belum 100% tertarik karena masih banyak dari nasabah yang rela mengantri di depan ATM ataupun bank untuk sekedar mentransfer atau melakukan pembayaran.

2.2.5 *Mobile Banking*

Internet banking dan *mobile banking* merupakan fasilitas yang disediakan oleh bank kepada nasabah untuk melakukan transaksi tanpa perlu ke bank. Secara teknis internet banking lebih luas cakupannya daripada *mobile banking*. *Internet banking* biasanya ada dalam bentuk

website yang bisa diakses menggunakan *laptop, desktop, tablet* maupun *smartphone*, sedangkan *mobile banking* tersedia dalam bentuk aplikasi yang hanya bisa diunduh pada *smartphone* (Otoritas Jasa Keuangan, 2015). Menurut Ensor, (2012) dalam (Aboelmaged & Gebba, 2013) *mobile banking* mengacu pada penggunaan perangkat seluler untuk memberikan informasi keuangan, komunikasi dan transaksi kepada pelanggan seperti memeriksa saldo rekening, mentransfer dana dan mengakses produk dan layanan perbankan lainnya dari mana saja, kapan saja.

Dalam sebuah hadis yang diriwayatkan oleh Imam Bukhari dan Muslim:

وَعَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ ذَهَبَ يَخْلُقُ كَخَلْقِي؟ فَلْيَخْلُقُوا ذَرَّةً أَوْ لِيَخْلُقُوا حَبَّةً، أَوْ لِيَخْلُقُوا شَعِيرَةً ((متفق عليه)).

“Aku mendengar rasulullah SAW bersabda: Allah SWT berfirman: Tidak ada yang lebih zhalim dari orang yang menciptakan sesuatu menurut ciptaan-Ku. Coba mereka coba menciptakan biji-bijian atau sebiji dzarrah” (Hadis Riwayat Bukhari dan Muslim)

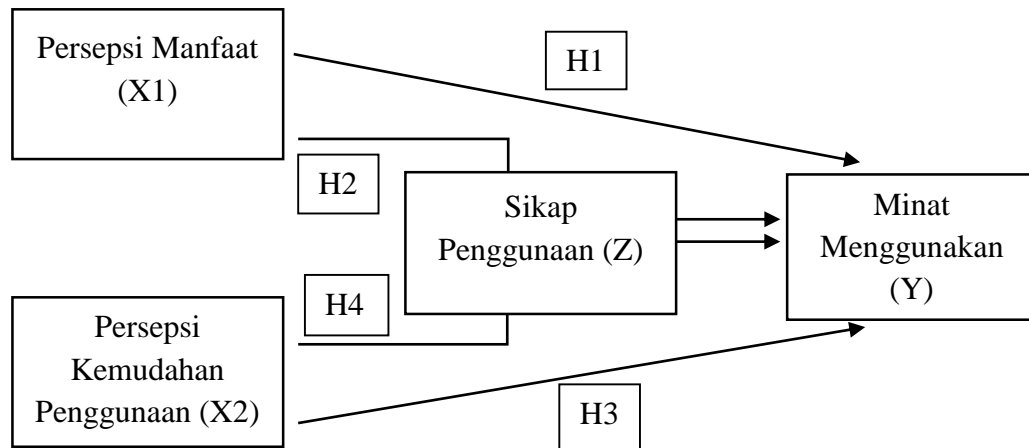
Manusia menciptakan teknologi di dunia ini bukan berarti menurut ciptaan Allah, akan tetapi untuk kebutuhan hidup dan kemaslahatan dan manfaat dunia akhirat. Hadis diatas menjelaskan bahwasanya manusia diberi kekuatan oleh Allah SWT untuk menciptakan sains dan ilmu

teknologi, adapun *mobile banking* merupakan sebuah bentuk dari kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang ada di kehidupan manusia. Seperti di Kota Pariaman. Dari kemajuan teknologi ini sangat banyak manfaat yang dirasakan oleh masyarakat Kota Pariaman. Misalnya pada teknologi *mobile banking* bisa memudahkan masyarakat untuk bertransaksi dimanapun berada asalkan ada alat pendukungnya, yang mana tujuan dari dikembangkannya ilmu teknologi adalah untuk mempermudah pekerjaan manusia.

2.3 Kerangka Konseptual

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan sebuah teori tentang penerimaan sebuah teknologi. Sebelumnya banyak penelitian yang sudah dilakukan untuk mengukur seberapa besar sebuah teknologi diterima. Pada penelitian kali ini pendekatan TAM diterapkan untuk menganalisis penerimaan dan penggunaan sebuah layanan transaksi bank syariah yaitu *mobile banking* di Kota Pariaman. Penelitian ini menggunakan beberapa konstruk dari model TAM yang diadopsi dari penelitian Wirahutomo (2017) menggunakan variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan, niat perilaku, dan sikap penggunaan sebagai variabel mediasi. Adapun hubungan antar variabel dalam penelitian ini ditampilkan pada gambar 2.2 berikut:

Gambar 2.2
Hubungan antar Variabel



Sumber: Data diolah peneliti 2021

Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan apakah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* syariah, akan tetapi sikap terhadap penggunaan dijadikan sebagai variabel lain penghubung dari 3 variabel sebelumnya. Dan sikap terhadap penggunaan apakah memiliki pengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking*.

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada umumnya diartikan sebagai jawaban (dugaan) sementara dari masalah suatu penelitian. Yang mana hipotesis atau dugaan sementara penelitian ini ialah:

a. Pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap minat menggunakan (Y).

Technology Acceptance Model (TAM) berfungsi menganalisis perilaku seseorang terhadap diterima atau tidaknya suatu teknologi, kemudian dari

analisis tersebut memberikan sebuah penjelasan yang simpel, baik diterima atau tidaknya teknologi tersebut. TAM juga dapat dijelaskan sebagai salah satu pendekatan untuk mengambil stok pengetahuan saat ini, menawarkan wawasan tentang perilaku penggunaan teknologi, dan mengidentifikasi area di mana penelitian kurang (Yousafzai et al., 2014). Dari teori tersebut dapat disimpulkan TAM merupakan sebuah teori yang digunakan untuk menilai penerimaan sebuah sistem teknologi. Teori ini memiliki dua faktor penting yang dijadikan dasar dalam menilai sebuah teknologi, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan.

Terdapat penelitian mengenai persepsi manfaat pada kerangka TAM, diantaranya penelitian yang dilakukan (Romadloniyah & Prayitno, 2018), (Yogananda & Dirgantara, 2017) dan (Rahayu, 2016) meneliti kajian mengenai *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan. Dari penelitian tersebut terdapat hasil penelitian bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan. Berdasarkan hal itu maka hipotesis yang diajukan peneliti pada pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* syariah adalah:

H_0 : Persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

H_a : Persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

b. Pengaruh persepsi manfaat (X1) terhadap minat (Y) melalui sikap penggunaan (Z).

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan mengenai persepsi manfaat atau kegunaan, kegunaan yang dirasakan didefinisikan di sini, sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Suatu sistem yang dirasakan manfaatnya tinggi, pada gilirannya, adalah sistem yang diyakini pengguna akan adanya hubungan penggunaan-kinerja yang positif. Persepsi terhadap kemanfaatan didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Minat untuk menggunakan adalah kecenderungan dari perilaku seseorang untuk tetap menggunakan suatu system atau teknologi.

Terdapat penelitian mengenai persepsi manfaat pada kerangka TAM, diantaranya penelitian yang dilakukan (Aulina, 2018) dan (Wirahutomo, 2017) meneliti kajian mengenai *technology acceptance model* terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan. Dari penelitian tersebut terdapat hasil penelitian bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan. Berdasarkan hal itu maka hipotesis yang diajukan peneliti pada pengaruh persepsi manfaat terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* syariah adalah:

H_0 : Persepsi manfaat (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) melalui sikap penggunaan (Z)

H_a : Persepsi manfaat (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) melalui sikap penggunaan (Z)

c. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat menggunakan (Y).

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, sebaliknya mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Ini mengikuti dari definisi *ease* adalah kebebasan dari kesulitan atau usaha besar. Usaha adalah sumber daya terbatas yang dapat dialokasikan orang untuk berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya. *Intention to use* atau minat untuk menggunakan adalah kecenderungan dari perilaku seseorang untuk tetap menggunakan suatu system atau teknologi. Tingkat penggunaan dari sebuah teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dan dinilai dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut, misalnya keinginan untuk menambah alat pendukung, motivasi untuk tetap menggunakan, serta keinginan untuk memotivasi pengguna lain (Wibowo, 2008).

Terdapat penelitian mengenai persepsi kemudahan penggunaan diantaranya penelitian yang dilakukan (Gunawan, 2014) dan (Romadloniyah & Prayitno, 2018) menjelaskan bahwa persepsi manfaat

berpengaruh terhadap minat. Kemudian penelitian yang dilakukan (Rahayu, 2016) menyebutkan persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan peneliti pada pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan adalah:

H_0 : Persepsi kemudahan penggunaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

H_a : Persepsi kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

d. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (X2) terhadap minat (Y) melalui sikap penggunaan (Z)

Davis (1989) dalam (Langelo, 2013) menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, sebaliknya mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Usaha adalah sumber daya terbatas yang dapat dialokasikan orang untuk berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya. Radner dan Rothschild, 1975 dalam (Langelo, 2013) “semua hal lainnya memiliki makna yang sama, yaitu mengklaim aplikasi yang dianggap lebih mudah digunakan daripada yang lain lebih mungkin diterima oleh pengguna”. Minat untuk menggunakan adalah kecenderungan dari perilaku seseorang untuk tetap menggunakan suatu system atau teknologi.

Terdapat penelitian mengenai persepsi kemudahan penggunaan pada kerangka TAM diantaranya penelitian yang dilakukan (Rijatullah et al., 2020) dan (Gunawan, 2014) menjelaskan bahwa TAM berpengaruh terhadap minat. Kemudian penelitian yang dilakukan (Wirahutomo, 2017) dan menyebutkan TAM berpengaruh terhadap minat melalui sikap penggunaan. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan peneliti pada pengaruh *technology acceptance model* terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* melalui sikap penggunaan adalah:

H_o : Persepsi kemudahan penggunaan (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) melalui sikap penggunaan (Z).

H_a : Persepsi kemudahan penggunaan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y) melalui sikap penggunaan (Z)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode pendekatan deskriptif. Toni Wijaya (2013: 34) Paradigma kuantitatif cenderung bersifat deduktif dengan mengukur fenomena dengan ketepatan variabel dan melakukan pengujian hipotesis sehingga metode yang digunakan kuantitatif. Dimulai dengan ide-ide abstrak diikuti dengan prosedur pengukuran dan diakhiri dengan data empiris. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan kontrol.

Jenis dan pendekatan penelitian ini diterapkan untuk memenuhi kebutuhan penelitian penulis yaitu mencari pengaruh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) pada kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) terhadap *intention to use* (minat menggunakan) layanan *mobile banking* syariah dengan *attitude toward using* (sikap penggunaan) sebagai variabel mediator.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pariaman, Provinsi Sumatera Barat. Dengan nasabah pengguna *mobile banking* syariah yang menjadi objek penelitian ini. Indonesia adalah negara yang banyak penduduknya dengan

pengguna internet yang meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan laporan, pada masa pandemi ini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu dirumah dan mengalihkan banyak pekerjaan kepada digital system, seperti berbelanja, belajar, bahkan transaksi banking sekalipun. Maka dari itu penelitian ini dilakukan secara online.

Kinerja perbankan syariah di Sumatra Barat mengalami pertumbuhan pesat. Kantor Perwakilan Bank Indonesia wilayah VIII mencatat aset perbankan syariah mencapai Rp4,45 triliun. Yang mana pertumbuhan kinerja aset, penghimpunan dana pihak ketiga (DPK), dan pembiayaan perbankan syariah di Sumbar tumbuh hingga 10%, jauh di atas pertumbuhan nasional yang hanya 5%-6%. Pertumbuhan perbankan syariah tidak lepas dari komitmen pemerintah daerah menggalakkan ekonomi syariah yang sebenarnya sudah mengakar di masyarakat.

3.3 Populasi dan Sampel

Hasan (2016) didalam bukunya mendefinisikan populasi adalah mempelajari sifat-sifat semua anggota dari sebuah kumpulan yang jelas dan lengkap, yang mana dari hasil pengukuran, keseluruhan nilai, perhitungan kualitatif maupun kuantitatif itu memungkinkan. Kemudian Toni Wijaya, (2013: 27) mengungkapkan populasi memiliki pengertian sebagai membentuk sebuah kesimpulan dari seluruh kumpulan elemen orang, kejadian, produk. Dan menurut Muhammad (2013: 162) populasi mengarah kepada selingkarang orang atau objek yang didalamnya terdapat kesamaan dalam berbagai dan satu

hal yang menghasilkan masalah pokok dalam suatu penelitian. Populasi juga bisa disebut sebagai totalitas dari subjek penelitian (Toni Wijaya, 2013: 27). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* syariah di Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat.

Muhammad (2013: 162) menyatakan sampel merupakan bagian kecil dari suatu populasi yang diteliti secara rinci yang diambil bagian atau sejumlah cuplikannya. Sedangkan Iqbal hasan (2016) mendefinisikan sampel adalah perwakilan dari sebuah populasi. Dan Menurut Toni Wijaya (2013) sampel merupakan bagian karakteristik dan teknik tertentu yang ditentukan atau diambil dari populasi. Sampel dan populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna *mobile banking* syariah di Kota Pariaman, Provinsi Sumatera Barat.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini, digunakan rumus Malhotra (1993) yaitu memberikan panduan ukuran sampel yang diambil dapat ditentukan dengan cara mengalikan jumlah variabel dengan 5, atau 5x jumlah item (D. N. Wijaya, 2018). Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dengan pasti. Maka dari itu penelitian ini menggunakan rumus Malhotra, yaitu jumlah item pertanyaan pada kuisisioner dikali 5. Item pertanyaan pada penelitian ini berjumlah 20, maka sampel yang digunakan adalah:

$$N = 5 \times 20 = 100$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dengan rumus Malhotra, diketahui bahwa sampel minimum yang diambil pada penelitian ini sebesar 100 responden.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampling non probabilitas adalah sebuah elemen dalam populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Kesimpulan dari teknik ini tidak dapat digeneralisasi (T. Wijaya, 2013). Adapun jenis dari sampel non probabilitas ini adalah:

- a. Sampel mudah (*convenience*) atau sampel kebetulan (*accidental*) dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemui dan akan dijadikan responden, jenis ini memiliki bias yang tinggi
- b. Sampel bertujuan (*purposive*) yaitu sampel yang memiliki tujuan untuk memahami informasi tertentu pada sumber tertentu. Sampel ini dikelompokkan menjadi sampel keputusan (*judgement*) yang memilih anggota-anggota sampel yang sesuai dengan beberapa kriteria tertentu atas dasar catatan yang lalu atau tujuan penelitian yang ingin dicapai dan sampel kuota (*quota sampling*) yaitu sampel dipilih berdasarkan kuota atau kategori tertentu, memilih responden atas karakteristik relevan tertentu yang menggambarkan dimensi-dimensi (proporsi) populasi misalnya konsumen berdasarkan jenis kelamin.

- c. Sampel bola salju (*snowball*) yaitu meluas atau melebar \dari kelompok kecil menjadi semakin besar. Misalnya diambil dari tingkat kelurahan, kecamatan, kabupaten, dan seterusnya.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan menggunakan rumus Malhotra, yaitu jumlah item pertanyaan pada kuisisioner dikali 5 yang mana tujuan penelitian ini untuk mengetahui informasi dari kelompok tertentu. Dengan memakai beberapa kriteria terhadap sampel yaitu:

1. Nasabah pengguna *mobile banking* syariah
2. Pernah menggunakan *mobile banking* syariah minimal satu kali
3. Berdomisili di Kota Pariaman

Serta menggunakan rumus Malhotra, yaitu jumlah item pertanyaan pada kuisisioner dikali 5.

3.5 Data dan Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber dan bersifat mentah dan belum diolah. Data primer belum mampu memberikan informasi dalam pengambilan keputusan sehingga perlu diolah lebih lanjut. Dalam penelitian ini data primer meliputi jawaban responden atas kuisisioner yang diberikan peneliti, kemudian diolah dan menarik kesimpulan (T. Wijaya, 2013). Dari pemaparan definisi diatas dapat dilihat penelitian ini menggunakan data

primer. Data kuantitatif yang diperoleh dari pengisian kuisisioner oleh nasabah pengguna *mobile banking* syariah.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket/kuisisioner. Toni Wijaya (2013: 21), kuisisioner adalah pertanyaan formal secara konsisten, terangkai, dan tertulis yang ditujukan untuk memperoleh informasi dan responden.

Beberapa fungsi kuisisioner:

1. Menerjemahkan tujuan penelitian ke dalam pertanyaan khusus untuk dijawab responden
2. Menstandarisasikan pertanyaan dan jawaban atas tanggapan dari setiap pertanyaan.
3. Membantu kegiatan dan menjaga motivasi responden selama wawancara.
4. Sebagai acuan penelitian
5. Mempercepat dalam analisis data
6. Data utama dalam pengukuran validitas dan reabilitas penelitian lapangan.

Skala likert menjadi acuan dalam kuisisioner yang akan disebar dalam penelitian ini. Dimana jawaban dari setiap responden diberi nilai dengan skala 5 poin, yaitu (STS) Sangat Tidak Setuju, (TS) Tidak Setuju, (N) Netral, (S) Setuju, (SS) Sangat setuju.

3.6.2 Instrumen Penelitian

(Muhammad, 2013) menyatakan instrumentasi adalah proses pembuatan yang meliputi aktivitas, perencanaan, penyusunan, uji coba, pengabsahan, dan keandalan-instrumen penelitian agar instrument tersebut dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang sah dan reliabel. Sedangkan instrument penelitian adalah segala peralatan yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan, informasi daripada responden yang dilakukan dengan pola pengukuran yang sama (Muhammad, 2013).

3.7 Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi (respon) atau variabel yang nilainya dipengaruhi variabel lain. Yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini ialah *intention to use* atau minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* syariah. Sedangkan variabel independen atau bebas merupakan variabel yang mempengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi variabel lain Toni Wijaya (2013: 13) dan yang menjadi acuan variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan pada kerangka TAM. Variabel dependen disimbolkan dengan X dan variabel independen dalam penelitian ini disimbolkan dengan Y. Adapun variabel mediatornya disimbolkan dengan Z, sebagaimana dijelaskan pada definisi operasional variabel dalam tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1
Defenisi Operasional Variabel

Konsep	Variabel	Indikator
<i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	Persepsi Manfaat (X1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat pekerjaan 2. Meningkatkan kinerja 3. Meningkatkan produktivitas (Aulina, 2018)
	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari, 2. Dapat dikontrol, 3. Jelas dan dapat dipahami, 4. Fleksibel, 5. Mudah untuk menjadi mahir atau terampil (Aulina, 2018)
	Sikap penggunaan <i>mobile banking</i> (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kesadaran nasabah untuk menggunakan <i>mobile banking</i> 2. Banyaknya layanan transaksi <i>mobile banking</i> 3. <i>Mobile banking</i> fleksibel (Aulina, 2018)
	Minat untuk menggunakan <i>mobile banking</i> (Z)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sikap penerimaan terhadap system 2. Sikap penolakan terhadap sistem 3. Pengalaman menyenangkan menggunakan system (Aulina, 2018)

Sumber: Data diolah peneliti 2021

3.8 Skala Pengukuran

Skala likert menjadi acuan dalam kuisioner yang akan disebar dalam penelitian ini. Dimana jawaban dari setiap responden diberi nilai dengan skala 5 poin, yaitu (STS) Sangat Tidak Setuju, (TS) Tidak Setuju, (N) Netral, (S) Setuju, (SS) Sangat setuju.

Tabel 3.2
Tabel jawaban Angket dengan Skala Likert

Bobot	Kategori
5	Sangat Setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat Tidak setuju

Sumber: Data diolah peneliti 2021

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya; semakin kecil varians kesalahan, semakin valid alat ukurnya. Alat pengukur yang sering digunakan adalah korelasi analisis faktor dan korelasi bagian total (*corrected aitem total correlation*). Nilai koefisien korelasi dibandingkan dengan nilai koefisien korelasi yang ada di tabel-r pada alpha tertentu, misalnya $\alpha = 0,05$. Jika koefisien korelasi skor butir dengan skor total lebih besar dari koefisien korelasi dari tabel-r, koefisien korelasi butir signifikan dan butir tersebut valid secara empiris. (Zulkifli Matondang, 2009)

Uji Realibilitas, Nur (1987) dalam jurnal (Zulkifli Matondang, 2009) adalah sebuah pengukuran yang hasilnya dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah.

3.10 Analisis Data

Proses dalam mengolah data berguna untuk menemukan informasi agar dapat mengambil keputusan untuk solusi suatu permasalahan, yang mana didalamnya terdapat pengelompokan data berdasarkan karakter, transformasi data, serta menemukan informasi atau keputusan penting. Penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Squares* (PLS). Ghazali 2014 dalam (Chaerini, 2018) menyatakan *Partial Least square* adalah pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi basis varian, yang mana merupakan metode analisis *powerfull* dan sering disebut juga sebagai *soft modelling* karena meniadakan asumsi-asumsi *ordinary*. (Pering, 2021) dalam jurnalnya berpendapat analisis ini diterapkan untuk mengetahui pengaruh dua variabel independen terhadap satu variabel dependen melalui 1 variabel intervening atau mediasi.

3.10.1 Model Pengukuran (outer model)

Gambaran hubungan antara blok indikator dengan variabel laten.

Terdapat uji validitas dan Uji Realibilitas dalam penelitian ini:

3.10.1.1 Uji Validitas Konstruk

Suatu teori yang digunakan dalam mendefinisikan suatu konstruk, melihat seberapa baiknya yang diperoleh dapat dilihat melalui validitas konstruk. Validitas konstruk terbagi 2, yaitu:

a. Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dalam SmartPLS terhadap indikator reflektif diketahui berdasarkan *loading faktor* yaitu koorelasi antara nilai item atau skor komponen dengan skor konstruk. Batas yang digunakan untuk validitas konvergen ialah *Outer loading* > 0.7 , *communality* > 0.5 dan *Average Variance Extracted (AVE)* > 0.5

b. Validitas Diskriminan

Metode lain yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan adalah dengan membandingkan nilai AVE terhadap setiap konstruk dengan korelasi lainnya dalam sebuah model. Jika akar AVE masing-masing konstruk lebih besar daripada koorelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya maka model dikatakan mempunyai validitas diskriminan.

3.10.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam PLS dapat menggunakan dua metode, yaitu: *Composite reliability* dan *cronbach's alpha*.

Cronbach alpha berfungsi mengukur batas bawah nilai reliabilitas suatu konstruk. Sedangkan *composite reliability* berfungsi mengukur nilai sebenarnya suatu konstruk. Menurut Abdillah & hartono (2015) “*composite reliability* dianggap lebih baik dalam mengestimasi konsistensi internal suatu konstruk”. Standarisasi nilai dari *composite reliability* ini adalah harus lebih besar daripada 0.7 meskipun 0,6 masih bisa diterima.

3.10.1.3 Model Struktural (Inner model)

(Abdilllah & Hartono, 2015) dalam jurnalnya menyatakan “model struktural dalam smart PLS ditinjau dengan menggunakan R^2 terhadap variabel dependen”. Nilai *t-values* pada masing-masing path untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai R^2 digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. semakin tinggi nilai R^2 artinya semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan.

Skor inner model menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Nilai inner model ditunjukkan oleh nilai T-Statistik yang mana harus diatas 1,96 untuk hipotesis *two-tailed* dan diatas 1,64 untuk hipotesis *one-tailed*, pada pengujian hipotesis dengan alpha 5% dan power 80% .

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bulan Februari tahun 2000 tercatat di Bank Indonesia, bank yang membuka bank syariah yakni: Bank Niaga, Bank BTN, Bank Mega, Bank BRI, Bank Bukopin, BPD Jabar dan BPD. Dengan demikian legalisasi kegiatan perbankan syariah melalui undang-undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagai mana yang telah diubah dengan undang-undang nomor 3 tahun 2004 merupakan jawaban atas permintaan masyarakat yang membutuhkan suatu sistem perbankan alternatif yang selain menyediakan jasa perbankan/keuangan yang sehat, juga memenuhi prinsip-prinsip syariah. Tujuan bank syariah secara umum adalah untuk mendorong dan mempercepat kemajuan ekonomi suatu masyarakat dengan melakukan kegiatan perbankan, finansial komersial dan investasi sesuai kaidah syariah hal inilah yang membedakan dengan bank konvensional yang tujuan utamanya adalah pencapaian keuntungan setinggi-tingginya (*profit maximization*). Di negara berkembang, banyak teknologi perbankan elektronik yang berhasil di dunia industri tampaknya tidak berhasil, mungkin karena sebagian besar penduduk tidak memiliki rekening bank dan atau tidak

memiliki komputer pribadi. Ini, bagaimanapun, telah berubah secara mendasar dengan inovasi *mobile banking*

Peran dari teknologi informasi mendorong semangat perbankan untuk turut serta dalam memanfaatkan teknologi internet dan ini merupakan kesempatan yang tidak bisa diabaikan oleh pihak bank dalam melayani nasabah dalam memajukan perusahaan. Dalam penawaran fasilitas teknologi informasi yang diberikan oleh suatu perusahaan, tentu saja ada respon timbal balik dari penawaran tersebut, apakah teknologi tersebut diterima baik oleh pengguna atau bahkan ditolak oleh si pengguna. Maka dari itu diperlukan untuk mengukur perilaku pengguna dalam menerima dan memahami layanan yang diberikan (Hanifa, 2017).

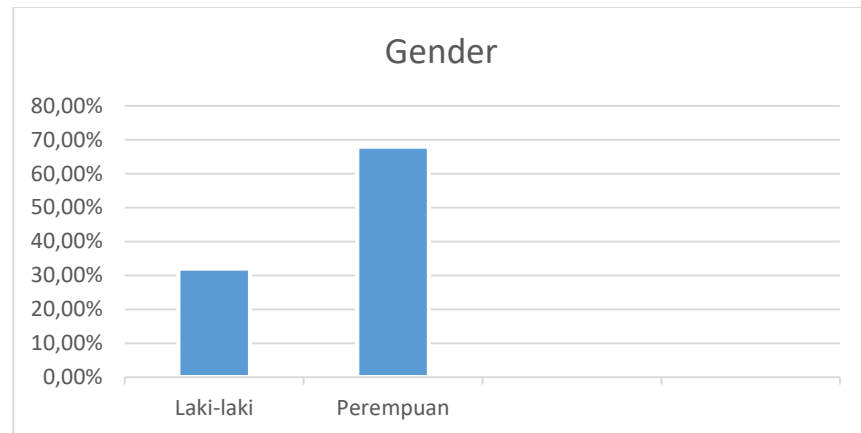
4.1.2 Deskripsi Responden

Penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebarakan secara online kepada nasabah pengguna *mobile banking* syariah di Kota Pariaman dengan beberapa klasifikasi responden yaitu gender, usia, dan profesi yang digunakan untuk memperkuat dan melengkapi penelitian. Adapun responden di penelitian ini adalah yang mempunyai rekening tabungan syariah, dan pernah menggunakan *mobile banking* syariah minimal satu kali. Berikut adalah uraian umum dari responden penelitian ini:

a. Klasifikasi Responden berdasarkan Gender

Dibawah ini terdapat diagram gender responden pada penelitian ini yang ditampilkan pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1
Diagram Gender Responden Penelitian



Sumber: Data diolah Peneliti 2022

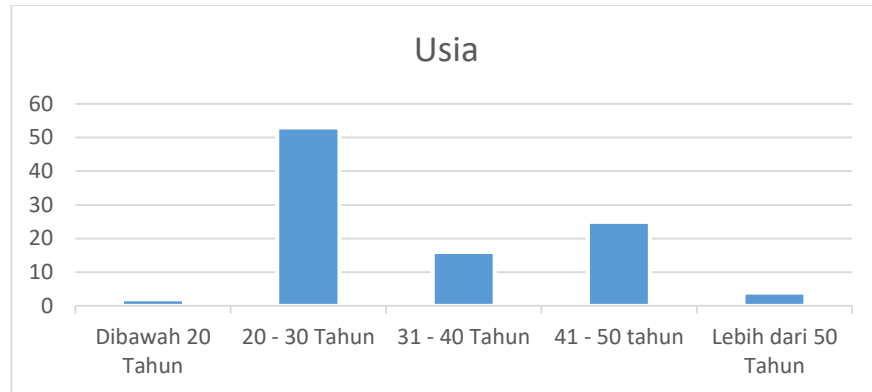
Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diartikan jumlah responden dengan gender laki-laki lebih sedikit dibandingkan dengan gender perempuan, adapun responden yang bergender laki-laki berjumlah 32 orang dengan persentase 32 % dan perempuan sebanyak 68 orang partisipan atau 68 %. Maka dari itu jumlah responden 100 orang ini memenuhi kriteria penelitian yang dilakukan.

b. Klasifikasi Responden berdasarkan Usia

Dibawah ini terdapat diagram usia responden pada penelitian ini yang ditampilkan pada gambar 4.2 berikut:

Gambar 4.2

Diagram Usia Responden Penelitian



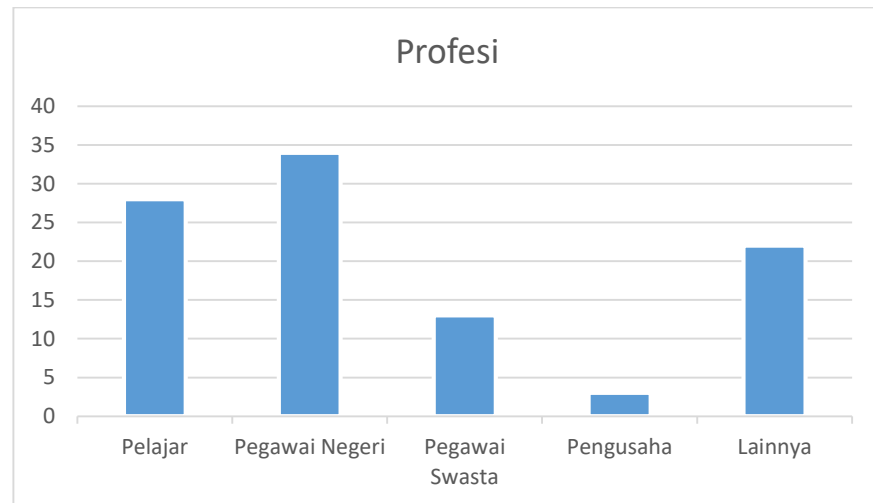
Sumber: Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan gambar 4.2 diatas dapat diartikan jumlah responden dengan usia dibawah 20 tahun ada sebanyak 2 orang, responden dengan usia 20 – 30 tahun sebanyak 53 orang, responden berusia 31 – 40 tahun sebanyak 16 orang, kemudian responden dengan usia 41 – 50 tahun berjumlah 25 orang, dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun ada sebanyak 4 orang, maka dari itu jumlah usia yang variatif, responden 100 orang ini memenuhi kriteria penelitian yang dilakukan.

c. Klasifikasi Responden berdasarkan Profesi

Dibawah ini merupakan diagram profesi responden pada penelitian yang ditampilkan pada gambar 4.3 berikut:

Gambar 4.3
Diagram Profesi Responden Penelitian



Sumber: Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan gambar 4.3 diatas dapat diartikan jumlah responden dengan profesi pelajar ada sebanyak 28 orang, profesi pegawai negeri sebanyak 34 orang, responden dengan profesi pegawai swasta ada sebanyak 13 orang, profesi pengusaha berjumlah 3 orang dan responden dengan profesi lainnya ada sebanyak 22 orang. Profesi responden yang variatif pada penelitian ini memenuhi kriteria penelitian yang dilakukan.

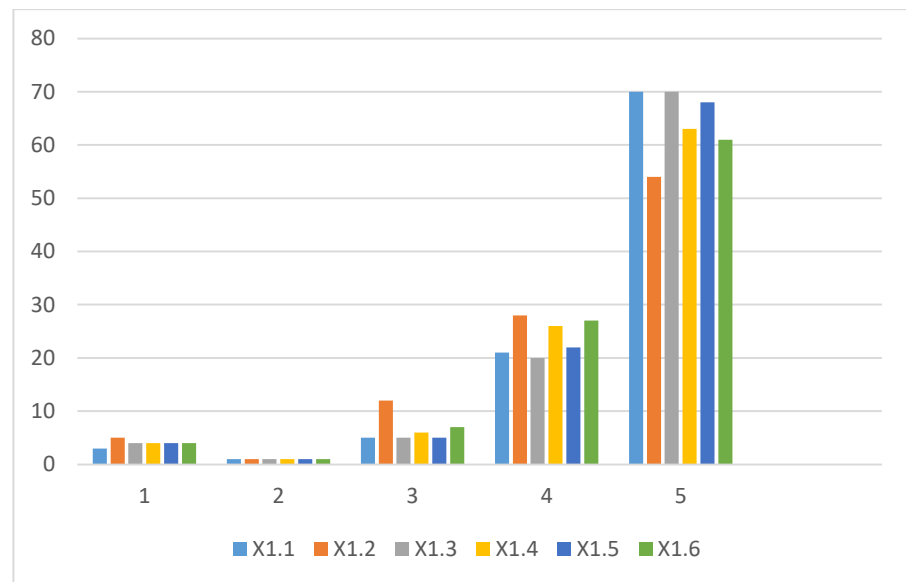
4.1.3 Statistik Deskriptif

Gambaran hasil jawaban responden terhadap setiap indikator pertanyaan dapat dilihat pada pengukuran statistik deskriptif variabel. Berikut statistik deskriptif penelitian ini:

A. Persepsi Manfaat

Kuisisioner dalam penelitian ini memiliki 6 buah pertanyaan yang berbeda. Membahas persepsi manfaat dari sebuah teknologi yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* syariah, seperti efisiensi waktu, mempercepat pekerjaan, meningkatkan kinerja, dan meningkatkan produktivitas. Berikut adalah diagram dari persepsi manfaat yang ditampilkan pada gambar 4.4 berikut:

Gambar 4.4
Diagram Persepsi Manfaat



Sumber: Data diolah Peneliti 2022

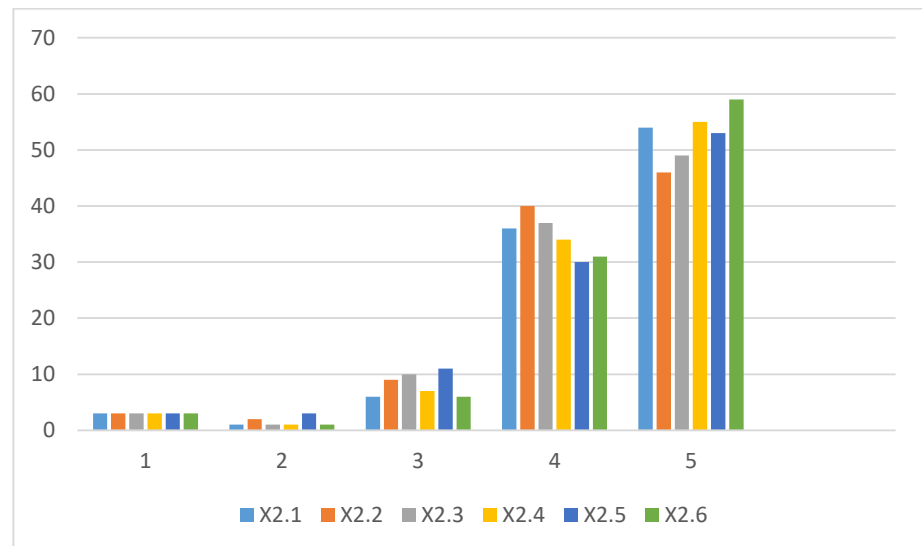
Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat diartikan bahwa responden pada masing-masing indikator variabel persepsi manfaat terlihat lebih banyak yang berminat pada penggunaan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat diketahui dari diagram pada skala 5

mendapatkan respon lebih banyak, dibandingkan dengan skala lainnya.

B. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Kuisisioner dalam penelitian ini memiliki 6 buah pertanyaan yang berbeda. Membahas persepsi kemudahan penggunaan dari sebuah teknologi yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* syariah, seperti mudah dipelajari, dapat dikontrol, jelas dan dapat dipahami, fleksibel, dan mudah untuk menjadi mahir atau terampil. Dibawah ini merupakan diagram dari persepsi kemudahan penggunaan yang ditampilkan pada gambar 4.5 berikut:

Gambar 4.5
Diagram Persepsi Kemudahan Penggunaan



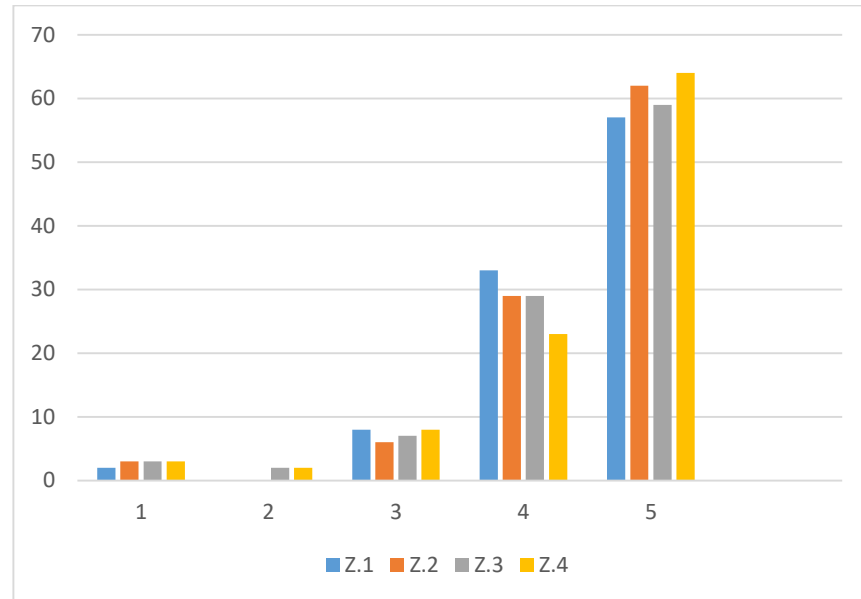
Sumber: Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan gambar 4.5 diatas dapat diartikan bahwa responden pada masing-masing indikator variabel persepsi kemudahan penggunaan terlihat lebih banyak yang berminat pada menggunakan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat diketahui dari diagram pada skala 5 mendapatkan respon lebih banyak, dibandingkan dengan skala lainnya.

C. Sikap Penggunaan

Terdapat 4 pertanyaan berbeda yang diajukan didalam kuisisioner penelitian ini. Membahas sikap penggunaan dari sebuah teknologi yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* syariah, seperti adanya kesadaran nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, banyaknya layanan transaksi *mobile banking*, dan *mobile banking* fleksibel. Dibawah ini merupakan diagram dari persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian yang ditampilkan pada gambar 4.6 berikut:

Gambar 4.6
Diagram Sikap Penggunaan



Sumber: Data diolah Peneliti 2022

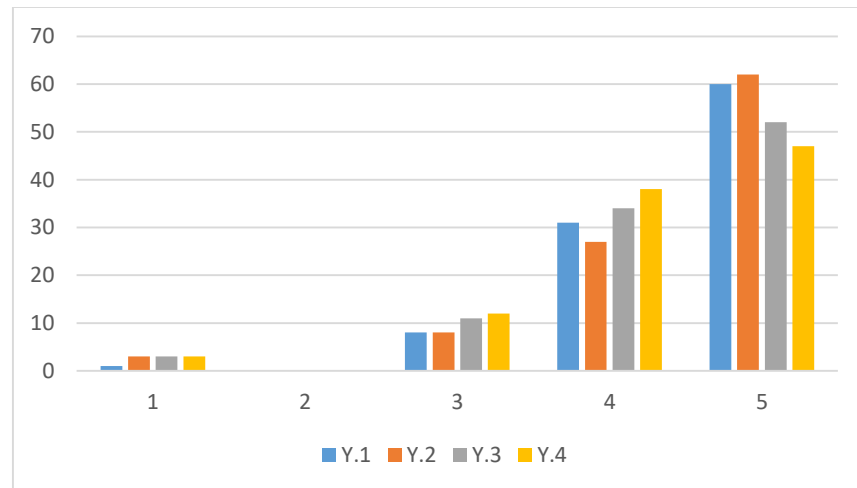
Berdasarkan gambar 4.6 diatas dapat diartikan bahwa responden pada masing-masing indikator variabel sikap penggunaan terlihat lebih banyak yang berminat pada penggunaan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat diketahui dari diagram pada skala 5 mendapatkan respon lebih banyak, dibandingkan dengan skala lainnya.

D. Minat Menggunakan

Terdapat 4 pertanyaan berbeda yang diajukan didalam kuisisioner penelitian ini. Membahas minat menggunakan dari sebuah teknologi yang dikaji dalam penelitian ini yaitu *mobile banking* syariah, seperti sikap penerimaan terhadap system, sikap penolakan terhadap sistem, dan pengalaman menyenangkan menggunakan sistem.

Dibawah ini merupakan diagram minat menggunakan dalam penelitian yang ditampilkan pada gambar 4.7 berikut:

Gambar 4.7
Diagram Minat Menggunakan



Sumber: Data diolah Peneliti 2022

Berdasarkan gambar 4.7 diatas dapat diartikan bahwa responden pada masing-masing indikator variabel minat terlihat lebih banyak yang berminat pada penggunaan *mobile banking* syariah. Hal ini dapat diketahui dari diagram pada skala 5 mendapatkan respon lebih banyak, dibandingkan dengan skala lainnya.

4.1.4 Uji Kualitas Data

A. Model Pengukuran (*outer model*)

Outer model berfungsi untuk melihat hubungan antara blok indikator pada variabel laten. Model pengukuran pada penelitian ini memenuhi syarat *loading factor*, yaitu lebih dari 0,7. Maka dari itu

tidak ada variabel laten yang tidak memenuhi syarat dan dihapus dari data.

B. Validitas

a. *Convergent Validity*

Salah satu uji yang menunjukkan hubungan antar item pertanyaan dalam kuisioner yang disebar dengan variabel laten disebut dengan *convergent validity*. Untuk memenuhi uji validitas suatu indikator harus memiliki nilai *loading factor* > 0,7.

Dan nilai *loading factor* ini menunjukkan bobot dari setiap item indikator sebagai pengukur dari masing-masing variabel. Berikut ini adalah nilai *convergent validity* dengan semua variabel yang telah memenuhi syarat ditampilkan pada tabel 4.1:

Tabel 4.1
Convergent Validity (loading factor)

Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,891	Valid
	X1.2	0,87	Valid
	X1.3	0,97	Valid
	X1.4	0,973	Valid
	X1.5	0,969	Valid
	X1.6	0,959	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	X2.1	0,953	Valid
	X2.2	0,934	Valid
	X2.3	0,969	Valid

	X2.4	0,973	Valid
	X2.5	0,895	Valid
	X2.6	0,971	Valid
Sikap Penggunaan	Z.1	0,903	Valid
	Z.2	0,978	Valid
	Z.3	0,98	Valid
	Z.4	0,918	Valid
Minat Menggunakan	Y.1	0,849	Valid
	Y.2	0,958	Valid
	Y.3	0,944	Valid
	Y.4	0,883	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS 2022

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diartikan masing-masing nilai *loading factor* dari setiap indikator pada masing-masing variabel persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, minat menggunakan, dan sikap penggunaan memenuhi syarat penelitian karena menunjukkan hasil nilai *loading factor* > 0,7.

Untuk menguji *discriminat validity* pada suatu variabel dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai AVE (*Average Variance Extracted*). Yang mana jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut memiliki *discriminant validity* yang baik. Berikut hasil perhitungan AVE pada setiap variabel yang ditampilkan pada tabel 4.2:

Tabel 4.2

Nilai *Convergent Validity* AVE

	AVE	Keterangan
Persepsi Manfaat	0.883	Valid

Persepsi Kemudahan Penggunaan	0,902	Valid
Sikap Penggunaan	0,894	Valid
Minat Menggunakan	0,828	Valid

Sumber: Data diolah Smart PLS 2022

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, nilai dari AVE pada setiap masing-masing variabel, persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, sikap penggunaan, dan minat menggunakan menunjukkan hasil nilai lebih besar dari 0,5, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel memiliki nilai *convergent validity* yang baik.

C. Reliabilitas

Menemukan reliabilitas dilakukan dengan melihat dari nilai *composite reliability* pada setiap indikator yang mengukur variabel dan nilai *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* diatas 0,7 dan nilai *cronbach alpha* diatas 0,7. Berikut adalah nilai dari *composite reliability* dan nilai *cronbach alpha* yang ditampilkan pada tabel 4.3:

Tabel 4.3
Nilai Cronbach Alpha dan Composite Reliability

	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Composite reliability</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	0,973	0,978	Valid

Persepsi kemudahan Penggunaan	0,978	0,982	Valid
Sikap Penggunaan	0,96	0,971	Valid
Minat menggunakan	0,93	0,95	Valid

Sumber: Data diolah SmartPLS 2022

Hasil pengujian pada tabel 4.3 diatas, memperoleh nilai dari *cronbach alpha* pada setiap variabel diatas 0,7. Sedangkan *composite reliability* pada setiap variabel juga memiliki nilai diatas 0,7. Yang mana artinya adalah pada semua variabel dalam penelitian ini mempunyai reliabilitas komposit yang baik. Dan analisis selanjutnya dapat dilakukan dengan memeriksa *goodness of fit* model dengan mengevaluasi pada inner modelnya.

4.1.5 Model Struktural (*inner model*)

Untuk menemukan hasil dari pengujian inner model maka dapat dilakukan setelah melakukan pengujian pada outer model. Pengujian inner model atau model struktural ini dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang konstruk secara simultan. Evaluasi model struktural ini diawali dengan melihat R-Square pada masing masing variabel dependen. Berikut adalah hasil dari R-Square dengan menggunakan SmartPLS yang ditampilkan pada tabel 4.4:

Tabel 4.4
Hasil Pengujian R-Square

	R-Square
Sikap Penggunaan	0,857
Minat Menggunakan	0,865

Sumber: Data Diolah SmartPLS 2022

Pada tabel 4.4 diatas, menunjukkan hasil dari R-Square pada variabel sikap penggunaan sebesar 0,857 yang berarti secara simultan sikap penggunaan mampu menjelaskan variabel independen berupa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 85%, sisanya 15% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Mengenai nilai R-Square pada variabel minat menggunakan sebesar 0,865 yang berarti secara simultan minat menggunakan mampu menjelaskan variabel independen berupa persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebesar 86% sisanya 14% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

4.1.6 Hasil Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang telah diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output *path coefficients*. Dalam SmartPLS pengujian secara statistik pada masing-masing hubungan yang dihipotesiskan dilakukan menggunakan simulasi. Dalam hal ini

dilakukan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian *bootstrapping* ini juga dimaksudkan untuk meminimalkan ketidaknormalan masalah pada data penelitian. Tabel dibawah ini akan menjabarkan hasil dari output estimasi dalam pengujian model struktural yang ditampilkan pada tabel 4.5:

Tabel 4.5
Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Value
Persepsi Manfaat -> Minat Menggunakan	0,148	0,185	0,138	1,074	0,283
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Minat Menggunakan	0,503	0,493	0,111	4,547	0
Persepsi Manfaat -> Sikap penggunaan -> Minat Menggunakan	0,152	0,153	0,111	1,374	0,17
Persepsi Kemudahan Penggunaan -> Sikap Penggunaan -> Minat Menggunakan	0,153	0,131	0,094	1,636	0,102

Sumber: Data Diolah SmartPLS 2022

1. Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan

Pada hipotesis pertama ini, yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan. Nilai asli pada sampel sebesar 0,148 dan nilai t-statistik sebesar 1,074. Berdasarkan data tersebut nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan, sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ditolak.

2. Persepsi Manfaat berpengaruh terhadap Minat Menggunakan melalui Sikap Penggunaan sebagai variabel mediator

Pada hipotesis kedua ini, yaitu persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator. Nilai asli pada sampel sebesar 0,152 dan nilai t-statistik sebesar 1,374. Berdasarkan data tersebut nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator, sehingga hipotesis kedua (H2) yang menyatakan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator ditolak.

3. Persepsi Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan

Pada hipotesis ketiga, yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan. Nilai asli pada sampel sebesar 0,503 dan nilai t-statistik sebesar 4,547. Berdasarkan data tersebut nilai t statistik pada hipotesis ini lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan, sehingga hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan diterima.

4. Persepsi Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap Minat Menggunakan melalui Sikap Penggunaan sebagai variabel mediator

Pada hipotesis keempat ini, yaitu persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator. Nilai asli pada sampel sebesar 0,153 dan nilai t-statistik sebesar 1,636. Berdasarkan data tersebut nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel

mediator, sehingga hipotesis keempat (H4) yang menyatakan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator ditolak.

4.2 Pembahasan

Bagian pembahasan memiliki tujuan menjawab pertanyaan dan permasalahan yang telah ditulis pada bab 1. Selain itu juga akan membahas mengenai penerimaan atau penolakan terhadap hipotesis penelitian ini secara parsial.

1. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan.

Persepsi dan reaksi dari pengguna terhadap sebuah teknologi dapat mempengaruhi sikapnya dalam penerimaan teknologi (Anarjia & Zenas Rante, 2019). Kemanfaatan sebuah teknologi akan berdampak besar terhadap penggunaannya. Davis (1989) dalam (Yogananda & Dirgantara, 2017) mengatakan persepsi manfaat mengarah kepada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan aktivitasnya.

Hasil pengujian variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai asli pada sampel sebesar 0,148 dan nilai t-statistik sebesar 1,074 dan nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96.

Hasil dari penelitian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yogananda & Dirgantara, 2017) yang mana persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan. Dalam Penelitian yang dilakukan (Rahayu, 2016) juga memiliki hasil yang tidak sama dengan penelitian ini yaitu persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan.

Perbedaan hasil penelitian tentu saja mungkin terjadi karena banyak faktor yang bisa mempengaruhi hasil dari sebuah penelitian. Sejatinya kemanfaatan dari sebuah teknologi akan berbeda yang dirasakan oleh setiap individu, dan ini mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi. Jika variabel ini tidak berpengaruh dan tidak signifikan maka boleh ditindak lanjuti dalam penelitian berikutnya.

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator.

Kebermanfaatan sebuah teknologi berpengaruh terhadap minat seseorang. Hal itu dimediasi melalui bentuk sikap yang ditunjukkan individu tersebut. Semakin bermanfaat sebuah teknologi maka semakin berminat seseorang dan terbentuklah sikap positif dari para penggunanya.

Hasil pengujian variabel persepsi manfaat terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai asli pada

sampel sebesar 0,152 dan nilai t-statistik sebesar 1,374 dan nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96

Berdasarkan hasil diatas penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sari, 2019), yang mana sikap penggunaan dapat memediasi pengaruh persepsi manfaat terhadap minat menggunakan.

Perbedaan hasil penelitian tentu saja bukanlah akhir dari pembahasan ini karena perbedaan tersebut bisa disebabkan beberapa faktor. Semakin tinggi manfaat sebuah teknologi maka akan semakin berminat seseorang untuk menggunakannya dan membentuk sikap positif seperti terus menerus menggunakannya serta mengajak orang lain juga untuk menggunakannya.

3. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan

Jogiyanto (2009) dalam (Romadloniyah & Prayitno, 2018) menyatakan persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Menurut Davis (1989:320) dalam (Romadloniyah & Prayitno, 2018) pengertian persepsi kemudahan penggunaan, didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya.

Penelitian ini memiliki hasil sebuah penemuan dari data penelitian yang valid dan reliabel. Hasil pengujian variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai t pada sampel sebesar 0,503 dan nilai t -statistik sebesar 4,547 dan nilai t statistik pada hipotesis ini lebih besar daripada nilai t tabel yaitu 1,96.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anarjia & Zenas Rante, 2019) dimana persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh hasilnya signifikan terhadap minat menggunakan. Dan memiliki hasil yang tidak sama dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu, 2016) yaitu menunjukkan terdapat pengaruh negatif dan signifikan persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat perilaku menggunakan *Mobile Banking*.

Perbedaan hasil penelitian tentu saja mungkin terjadi karena banyak faktor yang bisa mempengaruhi hasil dari sebuah penelitian. Karena persepsi kemudahan penggunaan yang dirasakan akan berbeda pada beberapa individu. Terlebih kemudahan penggunaan teknologi lebih mudah dipraktekkan bagi kaum muda yang mana biasanya lebih mudah mengerti teknologi atau sistem dibandingkan orang tua dan anak-anak. Dan hal ini akan mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan sebuah teknologi.

4. Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator.

Kemudahan dari sebuah teknologi sangat berpengaruh terhadap minat seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut dan juga akan membentuk sikap yang positif dari pengguna. Semakin mudah mengoperasikan sebuah teknologi maka akan semakin tinggi minat seseorang untuk menggunakannya yang mana ditunjukkan dengan sikap yang positif.

Hasil pengujian variabel persepsi kemudahan penggunaan terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan. Hal ini dapat dilihat dari nilai asli pada sampel sebesar 0,153 dan nilai t-statistik sebesar 1,636 dan nilai t statistik pada hipotesis ini lebih kecil daripada nilai t tabel yaitu 1,96

Tidak signifikan dapat dimaksudkan bahwa sikap penggunaan tidak dapat diinterpretasikan atau dijelaskan oleh persepsi manfaat melalui sikap penggunaan sebagai variabel mediator. Namun hal ini tidak berarti tidak ada pengaruh sama sekali. Upaya yang terus dilakukan untuk meningkatkan persepsi manfaat agar nasabah minat untuk menggunakan *mobile banking* syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aulina, 2018) dimana persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap minat

menggunakan melalui sikap penggunaan. Akan tetapi bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan (Wirahutomo, 2017) yang sikap penggunaan secara positif dan signifikan memediasi pengaruh persepsi kemudahan terhadap niat perilaku.

4.3 Kajian Keislaman

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, terhadap minat nasabah melalui sikap penggunaan, apabila dikaitkan dengan kajian keislaman maka hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT yang membahas aplikasi sistem informasi di dalam Quran Surah Al-Hujurat ayat 6:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ
فَتُصِيبُوهَا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Perlunya ketelitian dalam setiap informasi yang diterima karena bila ceroboh hanya akan membawa kerugian kepada diri sendiri maupun orang sekitar. Sama halnya dengan pengaplikasian *mobile banking* syariah, diharapkan kepada para nasabah untuk cerdas dan bijak dalam menggunakannya. Banyak faktor yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan sebuah teknologi seperti kegunaan, kemudahan

penggunaan, minat dan sikap penggunaan. Kemudian mengenai manfaat dari sebuah teknologi digambarkan didalam Qur'an surah Al-Baqarah ayat 164:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ وَالْفُلْكِ الَّتِي
 تَجْرِي فِي الْبَحْرِ بِمَا يَنْفَعُ النَّاسَ وَمَا أَنْزَلَ اللَّهُ مِنَ السَّمَاءِ مِنْ مَّاءٍ فَأَحْيَا بِهِ
 الْأَرْضَ بَعْدَ مَوْتِهَا وَبَثَّ فِيهَا مِنْ كُلِّ دَابَّةٍ مَّطَّ وَتَصْرِيفِ الرِّيْحِ وَالسَّحَابِ
 الْمُسَخَّرِ بَيْنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ لَآيَاتٍ لِّقَوْمٍ يَعْقِلُونَ

“Sesungguhnya pada penciptaan langit dan bumi, pergantian malam dan siang, kapal yang berlayar di laut dengan (muatan) yang bermanfaat bagi manusia, apa yang diturunkan Allah dari langit berupa air, lalu dengan itu dihidupkan-Nya bumi setelah mati (kering), dan Dia tebarkan di dalamnya bermacam-macam binatang, dan perkisaran angin dan awan yang dikendalikan antara langit dan bumi, (semua itu) sungguh, merupakan tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang-orang yang mengerti.”

Ayat diatas menjelaskan makna dari diciptakannya sebuah teknologi. Hendaknya manusia dapat memanfaatkan dan menggunakannya sebaik mungkin karena didalam teknologi tersebut terdapat banyak manfaat yang bisa memudahkan urusan dan pekerjaan manusia, agar terciptanya hasil yang lebih efektif. Sama halnya dengan menggunakan *mobile banking* syariah yang mana tidak lain tujuannya ialah membantu para nasabah yang hendak bertransaksi tanpa perlu ke bank serta juga dapat meningkatkan prestasi kerja manusia.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *technology acceptance model* terhadap minat nasabah *mobile banking* syariah dengan mediator sikap penggunaan di Kota Pariaman, maka dari itu dapat disimpulkan:

1. Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah.
2. Persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap minat nasabah melalui sikap penggunaan.
3. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan.
4. Persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan melalui sikap penggunaan.

Tidak berpengaruh didalam penelitian ini dapat diartikan ada atau tidak adanya manfaat, sikap atau bentuk respon yang diberikan pengguna tidak menjadi penentu akan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* syariah di Kota Pariaman. Di sisi lain kemudahan penggunaan yang diberikan *mobile banking* syariah memiliki respon positif dan menjadi faktor penentu

akan minat masyarakat untuk menggunakan *mobile banking* syariah di Kota Pariaman.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah dipaparkan diatas maka dapat dirumuskan saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah di Kota Pariaman

Setelah dilakukannya pengolahan data menggunakan SmartPLS. Hasil yang menunjukkan positif dan signifikan atau positif tidak signifikan bukanlah akhir dari pembahsan ini. Tidak signifikan bukan berarti indikator ataupun komponen pada penelitian ini tidak penting. Semoga menjadi loncatan bagi para bank untuk semakin menginovasi dan mengembangkan layanan ini dalam merangkul banyak pihak agar menjadi pengguna layanan tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Banyak faktor yang menjadi perantara keterkaitan anantara variabel satu dengan variabel lainnya. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat tiga hipotesa yang memiliki hasil positif dan tidak signifikan, dimana menjadi alasan dan saran bagi para peneliti kedepannya untuk tidak menguji lagi komponen ini di kota yang sama. Jikapun tetap ingin dilanjutkan hendaklah kepada para peneliti untuk menambahkan variabel-variabel terkait lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an al-Karim dan terjemahan.

Aboelmaged, M. G., & Gebba, T. R. (2013). *Mobile Banking Adoption : An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior*. 2(1), 35–50.

Ahmad, M. (2018). *Review of The Technology Acceptance Model (TAM) in Internet banking and Mobile banking*. 3(1), 23–41.

Anarjia, K., & Zenas Rante, J. (2019). Uang Elektronik Sakuku Pt. Bank Central Asia, Tbk Kcu Cikarang. *Jurnal SISTEM INFORMASI*, 1(2), 1–8.
www.journal.ibmasmi.ac.id

APJII. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)*, June. [http://apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil Internet Indonesia 2022 %28INDONESIA%29.pdf](http://apjii.or.id/v2/upload/Laporan/Profil%20Internet%20Indonesia%202022%28INDONESIA%29.pdf)

Aulina, R. (2018). *Pengaruh Teknologi Acceptance Model (TAM) Pada Intention To Use Internet Banking Perbankan Syariah Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening Studi pada mahasiswa Pelaku Usaha di Kota Malang*.

Chaerini, A. (2018). *Kajian Penggunaan Software Akuntansi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) (Studi pada UMKM di Kota Malang)*.

- Gunawan, A. (2014). *Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. III.*
- Hanifa, A. (2017). *Analisis Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Penggunaan Layanan Internet Banking Studi Di Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Surakarta. 6, 5–9.*
- Kejela, A. B., & Porath, D. (2022). *Influence of attitude on mobile banking acceptance and factors determining attitude of end-users in Ethiopia.*
<https://doi.org/10.1108/JIDE-08-2021-0007>
- Kementrian Komunikasi dan Informasi. (2019). *Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia: Strategi dan Sektor Potensial. 1–68.*
- Langelo, A. S. (2013). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Perceived Risk Impact To Lecturersâ€™ Internet Banking Adoption. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(4), 1571–1580.*
<https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2962>
- Mada, I. G. N. C. W., & Putri, P. Y. A. (2021). *Technology Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisis Penggunaan Online Banking di PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Cabang Gianyar. 3, 12–18.*
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif* (P. R. Grafindo (ed.)).

- Otoritas Jasa Keuangan. (2015). Bijak Ber-Electronic Banking. *Bijak Ber-Ebanking, I(e-banking)*, 83.
- Pering, I. M. A. A. (2021). *Kajian Analisis jalur Dengan Structural Equation Modeling (SEM) Smart-PLS 3.0*. 03(02), 28–48.
- Rahayu, I. S. (2016). Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM)(Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 5(2), 137–150.
- Rijatullah, R., Suroso, A., & Rujito, L. (2020). Pagaruh Persepsi Kemanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Sikap Penggunaan Resep Elektronik. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi*, 22(2), 217–231.
<https://doi.org/10.32424/jeba.v22i2.1597>
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699. <https://doi.org/10.30736/jpens.v3i3.163>
- Sari, I. (2019). Pengaruh Kemudahan, Manfaat, Penggunaan Teknologi, Fitur Layanan dan Keamanan, Terhadap Minat Menggunakan E-Money dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna e-money Flazz BCA di Bank BCA Syariah Semarang). *IAIN Salatiga*, 1–180.

- Segaf, S. (2012). Islamic Bonds in Financial Crisis. *Iqtishoduna*.
<https://doi.org/10.18860/iq.v0i0.2130>
- Tyas, E. I., Darma, E. S., Studi, P., Universitas, A., & Yogyakarta, M. (2019).
*Pengaruh Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , Perceived Enjoyment ,
dan Actual Usage Terhadap Penerimaan Teknologi Informasi : Studi Empiris
Pada Karyawan Bagian Akuntansi dan Keuangan Baitul Maal Wa Tamwil
Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta da. 1(1), 25–35.*
- Wibowo, A. (2008). *Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan
Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM).*
- Wijaya, D. N. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Motivasi Terhadap Keputusan
Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). 46–69.*
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik.*
Graha Ilmu.
- Wirahutomo, G. A. (2017). *Pengaruh Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness),
Persepsi Kemudahan (Perceived Ease to Use) terhadap Niat Perilaku
(Behavioural Intention) dalam Mengakses Channel Youtube Endank Soekamti
dengan Sikap Penggunaan (Attitude Toward Using) sebagai Mediasi.*
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat,
Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap

Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17947>

Yousafzai, S. Y., Foxall, G. R., & Pallister, J. G. (2014). *Technology acceptance : a meta-analysis of the TAM : Part 2*. <https://doi.org/10.1108/17465660710834462>

Zulkifli Matondang. (2009). Validitas dan Reabilitas Suatu Instrumen Penelitian.

Jurnal Taburasa PPS UNIMED, Vol.6 No 1(1), 1510–1515.

<https://doi.org/10.4028/www.scientific.net/AMM.496-500.1510>

Hasan, I. (2016). *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*. Bumi Aksara.

Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*.

Graha Ilmu.

Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*

(P. R. Grafindo (ed.)).

Tim FE UIN MALIKI. (2017). *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, Malang.

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Sehubung dengan dilaksanakannya penelitian untuk penulisan skripsi pada strata 1 (S1). Saya Izzi Fikrat MK Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan skripsi yang berjudul: **Pengaruh *Technology Acceptance Model* terhadap Minat Nasabah *Mobile Banking* Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota PARIAMAN**, memohon kesediaan Bapak/ibu, saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini. *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah sebuah teori yang digunakan untuk menilai penerimaan sebuah sistem teknologi. Adapun sistem teknologi yang dinilai disini ialah *mobile banking* syariah.

Terimakasih saya ucapkan kepada bapak/ibu, saudara/i yang sukarela menjadi salah satu responden dalam penelitian ini. Saya selaku peneliti sangat menghargai kejujuran bapak/ibu, saudara/i dalam mengisi kuisisioner ini. Data responden dijamin kerahasiaan dan kepentingannya, hanya diperuntukkan untuk penelitian ini semata. Tidak ada jawaban benar ataupun salah dalam penelitian ini.

Petunjuk Pengisian

Diharapkan agar semua pernyataan diisi secara berurutan dimulai dari pertanyaan nomor satu dan seterusnya. Dengan memberi tanda (√) pada pernyataan yang sesuai.

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

A. Identitas Responden

Nama	:	
Jenis Kelamin		<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan

Usia	:	<input type="checkbox"/> Kurang dari 20 Tahun <input type="checkbox"/> 20 – 30 Tahun <input type="checkbox"/> 31 – 40 Tahun <input type="checkbox"/> 41 – 50 Tahun <input type="checkbox"/> Lebih dari 50 Tahun
Profesi	:	<input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Pengusaha <input type="checkbox"/> Lainnya

B. Screening

1. Apakah anda merupakan masyarakat yang berdomisili di Kota Pariaman?
2. Apakah anda mempunyai tabungan syariah?
3. Apakah anda pernah atau sedang menggunakan mobile banking syariah?

C. Isilah tanda check list (√) pada pernyataan berikut:

1. *Technology Acceptance Model*

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	<i>Persepsi Manfaat (X1)</i>					
1	<i>Mobile banking</i> menyelesaikan transaksi saya lebih cepat.					
2	<i>Mobile banking</i> meningkatkan kinerja saya.					
3	<i>Mobile banking</i> membantu saya dalam bertransaksi.					
4	<i>Mobile banking</i> meningkatkan keefektifan transaksi saya.					
5	<i>Mobile banking</i> memudahkan transaksi saya.					
6	Secara keseluruhan, <i>mobile banking</i> bermanfaat dalam transaksi yang saya lakukan.					
	<i>Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)</i>					
1	<i>Mobile banking</i> mudah untuk dioperasikan.					

2	Mudah menemukan fitur yang saya inginkan di <i>mobile banking</i> .					
3	Pengoperasian <i>mobile banking</i> jelas dan mudah dipahami.					
4	<i>Mobile banking</i> sangat fleksibel dalam transaksi saya.					
5	Saya tidak membutuhkan banyak usaha untuk menjadi terampil dalam menggunakan <i>mobile banking</i> .					
6	Secara keseluruhan, <i>mobile banking</i> mudah digunakan.					

2. Attitude toward using (Z)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Menggunakan <i>mobile banking</i> merupakan ide yang bagus.					
2	Saya nyaman menggunakan <i>mobile banking</i> .					
3	Saya suka menggunakan <i>mobile banking</i> .					
4	Menggunakan <i>mobile banking</i> lebih menyenangkan daripada ke bank / ATM.					

3. Intention to use (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat menggunakan <i>mobile banking</i> dalam bertransaksi.					
2	Saya berminat menggunakan <i>mobile banking</i> untuk memudahkan transaksi saya.					
3	Saya berminat menggunakan <i>mobile banking</i> secara sering dalam bertransaksi.					
4	Saya percaya menggunakan <i>mobile banking</i> aman dalam melakukan transaksi					

Lampiran 2. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	32	32%

2	Perempuan	68	68%
	Total	100	100%

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20 Tahun	2	2%
2	20-30 Tahun	53	53%
3	31-40 Tahun	16	16%
4	41-50 Tahun	25	25%
5	> 50 Tahun	4	4%
	Total	100	100%

No	Profesi	Jumlah	Persentase
1	Peelajar	28	28%
2	Pegawai Negeri	34	34%
3	Pegawai Swasta	13	13%
4	Pengusaha	3	3%
5	Lainnya	22	22%
	Total	100	100%

Karakteristik		Jumlah	Total
Jenis kelamin	Laki-laki	32	100
	Perempuan	68	
Usia	< 20 Tahun	2	100
	20 - 30 Tahun	53	
	31 - 40 tahun	16	
	41 - 50 Tahun	25	
	> 50 tahun	4	

Profesi	Pelajar	28	100
	Pegawai Negeri	34	
	Pegawai Swasta	13	
	Pengusaha	3	
	Lainnya	22	

Lampiran 3. Statistik Deskriptif

Item	P	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Efisiensi waktu	1	70	70%	21	21%	5	5%	1	1%	3	3%	100	100%
Meningkatkan kinerja	2	54	54%	28	28%	12	12%	1	1%	5	5%	100	100%
Membantu transaksi	3	70	70%	20	20%	5	5%	1	1%	4	4%	100	100%
Efektif	4	63	63%	26	26%	6	6%	1	1%	4	4%	100	100%
Mudah bertransaksi	5	68	68%	22	22%	5	5%	1	1%	4	4%	100	100%
Keseluruhan bermanfaat	6	61	61%	27	27%	7	7%	1	1%	4	4%	100	100%

Item	P	SS		S		N		TS		STS		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Efisiensi waktu	1	70	70%	21	21%	5	5%	1	1%	3	3%	100	100%
Meningkatkan kinerja	2	54	54%	28	28%	12	12%	1	1%	5	5%	100	100%

Membantu transaksi	3	70	70%	20	20%	5	5%	1	1%	4	4%	100	100%
Efektif	4	63	63%	26	26%	6	6%	1	1%	4	4%	100	100%
Mudah bertransaksi	5	68	68%	22	22%	5	5%	1	1%	4	4%	100	100%
Keseluruhan bermanfaat	6	61	61%	27	27%	7	7%	1	1%	4	4%	100	100%

Item	SS		S		N		TS		STS		Total		
	P	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Minat menggunakan	1	70	70%	21	21%	5	5%	1	1%	3	3%	100	100%
Berminat karena efisien	2	54	54%	28	28%	12	12%	1	1%	5	5%	100	100%
Berminat sering menggunakan	3	70	70%	20	20%	5	5%	1	1%	4	4%	100	100%
Percaya aman	4	63	63%	26	26%	6	6%	1	1%	4	4%	100	100%

Item	SS		S		N		TS		STS		Total		
	P	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Mbanking ide yang bagus	1	57	57%	33	33%	8	8%	0	0%	2	2%	100	100%
Nyaman menggunakan	2	62	62%	29	29%	6	6%	0	0%	3	3%	100	100%

Suka mbanking	3	59	59%	29	29%	7	7%	2	2%	3	3%	100	100%
Lebih menyenangkan	4	64	64%	23	23%	8	8%	2	2%	3	3%	100	100%

Lampiran 4. Hasil Jawaban Responden

No	Persepsi Manfaat						Total (X1)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	5	5	5	4	28
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	4	5	28
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	3	5	3	5	4	25
9	4	4	4	4	5	4	25
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	3	28
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	5	5	5	4	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	3	3	3	3	3	18
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	3	3	3	3	18
25	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30

28	5	5	5	5	5	5	30
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	3	5	5	5	5	28
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	4	5	4	5	28
35	5	3	4	4	4	3	23
36	5	4	5	5	5	5	29
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	5	30
40	5	5	5	5	5	5	30
41	5	4	5	4	4	4	26
42	5	4	5	4	5	4	27
43	5	3	5	5	5	4	27
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	5	5	5	5	5	4	29
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	2	4	4	4	4	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	1	1	1	1	1	10
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	4	4	4	24
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	4	4	4	4	4	25
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	4	4	4	4	4	24
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30

66	4	4	5	5	5	5	28
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	4	5	5	5	5	29
70	5	5	5	5	5	5	30
71	1	1	1	1	1	1	6
72	5	4	5	5	5	5	29
73	4	3	5	5	5	5	27
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30
78	5	5	5	5	5	5	30
79	1	1	1	1	1	1	6
80	5	5	5	5	5	5	30
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	4	4	4	5	5	26
84	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	1	5	4	5	4	24
88	5	4	5	4	4	4	26
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	3	4	4	4	4	23
91	3	3	3	3	3	3	18
92	5	4	5	4	5	5	28
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	4	4	4	4	24
95	1	1	1	1	1	1	6
96	5	5	5	5	5	5	30
97	2	3	2	2	2	2	13
98	3	3	3	3	3	3	18
99	5	4	5	5	5	5	29
100	4	4	5	4	4	4	25

No	Sikap Penggunaan				Total (Z)
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	5	18
6	5	5	5	3	18
7	5	5	5	5	20
8	4	5	5	5	19
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	4	19
11	4	4	5	5	18
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	5	17
16	4	4	4	5	17
17	4	3	3	3	13
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	4	4	4	5	17
22	3	3	3	3	12
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	4	5	5	4	18
28	5	5	5	5	20
29	4	4	4	5	17
30	5	5	5	5	20
31	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	20
33	5	5	5	5	20
34	5	5	5	4	19
35	3	3	3	3	12
36	5	5	5	5	20

37	5	5	5	5	20
38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	5	17
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	5	5	5	5	20
48	5	4	4	4	17
49	3	4	3	4	14
50	5	5	5	5	20
51	4	2	2	2	10
52	4	4	4	4	16
53	4	1	1	1	7
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	5	4	5	18
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	5	20
59	3	4	4	4	15
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	4	16
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	5	17
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	1	1	1	1	4
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	20

75	5	5	5	5	20
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	5	20
79	4	4	4	4	16
80	5	5	5	5	20
81	5	5	5	5	20
82	5	4	4	4	17
83	4	4	4	5	17
84	5	5	5	5	20
85	4	5	5	5	19
86	4	5	5	5	19
87	5	5	5	5	20
88	4	4	4	5	17
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	3	15
91	3	3	3	3	12
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	5	17
94	4	4	4	4	16
95	1	1	1	1	4
96	5	5	5	5	20
97	3	3	3	2	11
98	3	3	3	3	12
99	5	5	5	4	19
100	4	4	4	4	16

No	Minat Menggunakan				Total (Y)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	4	4	3	4	15
4	5	5	5	4	19
5	5	5	4	5	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	4	19
8	5	5	3	5	18

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

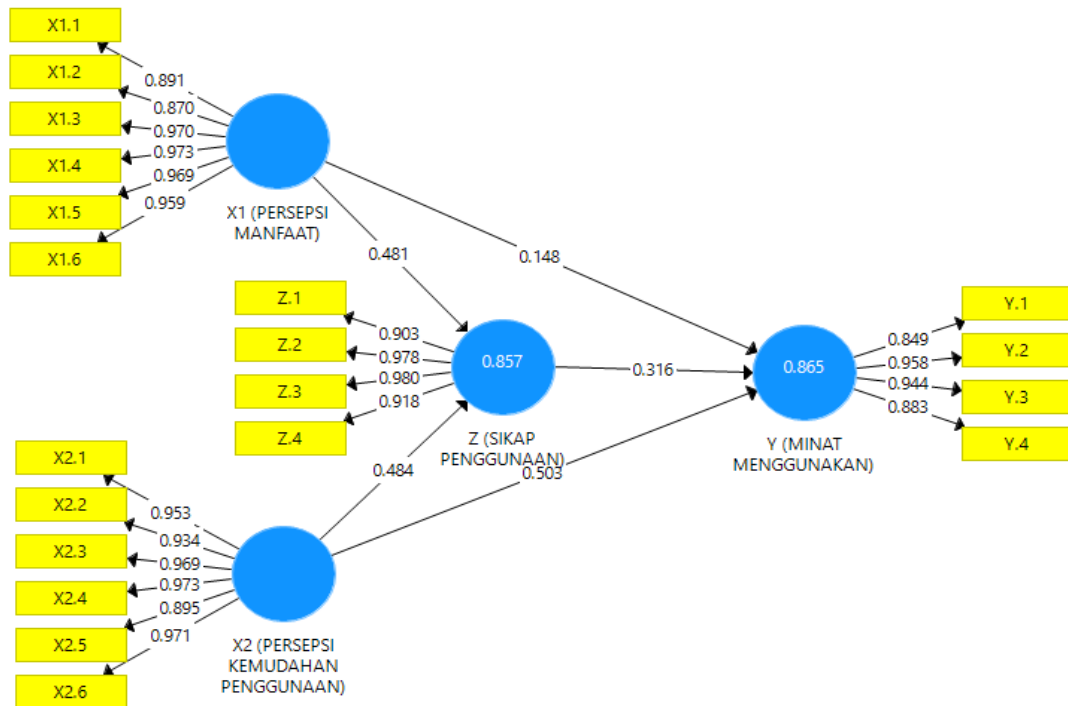
47	5	5	5	4	19
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	1	1	1	7
54	5	5	5	5	20
55	4	4	4	4	16
56	4	4	5	5	18
57	5	5	5	5	20
58	5	5	5	4	19
59	4	4	4	4	16
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	4	4	4	4	16
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	1	1	1	1	4
72	4	5	4	5	18
73	3	3	3	4	13
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	3	18
76	5	5	5	5	20
77	5	5	5	5	20
78	5	5	5	3	18
79	4	4	4	4	16
80	5	5	4	4	18
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	5	20
83	4	5	4	4	17
84	5	5	5	5	20

85	5	5	4	4	18
86	5	5	5	5	20
87	5	5	5	5	20
88	4	3	4	4	15
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	3	3	3	3	12
92	5	5	5	5	20
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	5	1	1	1	8
96	5	5	5	3	18
97	3	3	3	3	12
98	3	3	3	3	12
99	5	5	5	5	20
100	4	4	4	4	16

Lampiran 5. Hasil Olah Data SmartPLS sebelum *Running Data*

Variabel	Item	<i>Loading Factor</i>	<i>Loading Factor Minimal</i>	Keterangan
Persepsi Manfaat	X1.1	0,891	0,7	Valid
	X1.2	0,87	0,7	Valid
	X1.3	0,97	0,7	Valid
	X1.4	0,973	0,7	Valid
	X1.5	0,969	0,7	Valid
	X1.6	0,959	0,7	Valid
Persepsi Kemudahan Penggunaan	X2.1	0,953	0,7	Valid
	X2.2	0,934	0,7	Valid
	X2.3	0,969	0,7	Valid
	X2.4	0,973	0,7	Valid
	X2.5	0,895	0,7	Valid
	X2.6	0,971	0,7	Valid
Sikap Penggunaan	Z.1	0,903	0,7	Valid
	Z.2	0,978	0,7	Valid
	Z.3	0,98	0,7	Valid
	Z.4	0,918	0,7	Valid
	Y.1	0,894	0,7	Valid

Minat Menggunakan	Y.2	0,958	0,7	Valid
	Y.3	0,944	0,7	Valid
	Y.4	0,883	0,7	Valid



Lampiran 6. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Izzifikrat MK
Tempat, tanggal lahir : Balai Naras, 14 Januari 1999
Alamat Asal : Jorong Pasaman Baru
Alamat Kos : Jalan Joyosuko Metro
Telepon/Hp : 082386264403
E-mail : izzifikratmk@gmail.com

Pendidikan Formal

2003 – 2004 : TK Pertiwi Pasaman
2005 – 2009 : SDN 09 Pasaman
2010 – 2013 : SMP Perguruan Islam Ar-Risalah Padang
2014 – 2017 : MA Swasta Perguruan Islam Ar-Risalah Padang
2017-2022 : Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2017 – 2018 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa arab UIN
Maliki Malang
2019 : English Language Center (ELC) Maliki Malang

Pengalaman Organisasi

- CSSMoRA UIN Maliki Malang 2017-2022
- HIMAMI UIN Maliki Malang 2017-2022

Lampiran 7. Bukti Konsultasi

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI/TESIS/DISERTASI

IDENTITAS MAHASISWA

NIM : 17540075
Nama : IZZI FIKRAT MK
Fakultas : EKONOMI
Jurusan : PERBANKAN SYARIAH
Dosen Pembimbing 1 : SEGAF, SE, M. Sc.
Dosen Pembimbing 2 :
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi :

PENGARUH KERANGKA TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL TERHADAP MINAT NASABAH MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING. (STUDI PADA PENGGUNA MOBILE BANKING BANK SYARIAH DI KOTA MALANG)

IDENTITAS BIMBINGAN

No	Tanggal Bimbingan	Nama Pembimbing	Deskripsi Bimbingan	Tahun Akademik	Status
1	2021-05-03	SEGAF, SE, M.Sc.	Penyetoran bab 1	2020/2021 Genap	Sudah Dikoreksi
2	2021-09-29	SEGAF, SE, M.Sc.	Penyetoran bab 1 2 3	2020/2021 Ganjil	Sudah Dikoreksi
3	2021-10-20	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi 2 proposal skripsi	2020/2021 Ganjil	Sudah Dikoreksi
4	2021-12-27	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi seminar proposal	2020/2021 Ganjil	Sudah Dikoreksi
5	2022-01-03	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi 2 seminar proposal serta kuisisioner penelitian	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
6	2022-01-19	SEGAF, SE, M.Sc.	Pembahasan setelah seminar proposal	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
7	2022-03-29	SEGAF, SE, M.Sc.	Pembahasan gambaran artikel jurnal, kuisisioner penelitian serta penambahan latar belakang pada bab 1 Skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
8	2022-05-10	SEGAF, SE, M.Sc.	Pembahasan mengenai penggantian metode penelitian	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
9	2022-05-19	SEGAF, SE, M.Sc.	Pembahasan bab 4 dan 5 skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
10	2022-06-02	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi bab 4 dan 5	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
11	2022-06-10	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi 2 artikel dan skripsi pasca semhas	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
12	2022-06-23	SEGAF, SE, M.Sc.	Bimbingan dan persiapan sebelum sidang skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
13	2022-06-30	SEGAF, SE, M.Sc.	Revisi skripsi dan artikel pasca sidang skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi
14	2022-07-05	SEGAF, SE, M.Sc.	Pengesahan Skripsi	2021/2022 Genap	Sudah Dikoreksi

Lampiran 8. Surat Keterangan Bebas Plagiasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
UP2M - FAKULTAS EKONOMI

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558861 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP : 198908082020121002
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Izzifikrat MK
NIM : 17540075
Handphone : 082386264403
Prodi/Konsentrasi : Perbankan Syariah/Keuangan
Email : izzifikratmk@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Technology Acceptance Model terhadap Minat Nasabah Mobile Banking Syariah dengan Mediator Sikap Penggunaan di Kota Pariaman
Pembimbing : -

Menerangkan bahwa penulisan skripsi mahasiswa tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originality report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
19%	20%	8%	5%

Judul skripsi ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 07 Juli 2022
UP2M

Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si
NIP. 198908082020121002

1-5

ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

20%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	8%
2	eprints.upnjatim.ac.id Internet Source	1%
3	journal.umy.ac.id Internet Source	1%
4	docplayer.info Internet Source	1%
5	eprints.ums.ac.id Internet Source	1%
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1%
7	journal.poltekim.ac.id Internet Source	1%
8	finansial.bisnis.com Internet Source	1%
9	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	1%

10	repository.ummat.ac.id Internet Source	1%
11	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1%
12	jimfeb.ub.ac.id Internet Source	1%
13	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
14	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	1%
15	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	1%

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On