

# SKRIPSI

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN,  
KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT  
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*  
(STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**



Oleh :

**Rabikhatus Tsania**

NIM: 19540090

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

**2023**

# **SKRIPSI**

## **PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGUNAKAN *MOBILE BANKING* (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

**Rabikhatus Tsania**

**NIM: 19540090**

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

**2023**

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN  
GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE  
BANKING* (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)**

Oleh

**RABIKHATUS TSANIA**

NIM : 19540090

Telah Disetujui Pada Tanggal 15 Maret 2023

**Dosen Pembimbing,**



**Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM**

**NIP. 19801109201608012053**

# LEMBAR PENGESAHAN

## LEMBAR PENGESAHAN

*Understanding Students' Intention To Use Mobile Banking: Impacted by  
Ease Of Use, Security, Trust, And Lifestyle*

### SKRIPSI

Oleh

**RABIKHATUS TSANIA**

NIM : 19540090

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)  
Pada 3 November 2023

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

**Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM**

NIP. 197708262008012011

2 Anggota Penguji

**Kurniawati Meylianingrum, M.E**

NIP. 199205022019032029

3 Sekretaris Penguji

**Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM**

NIP. 19801109201608012053

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM**

NIP. 197708262008012011

# SURAT PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rabikhatus Tsania  
NIM : 19540090  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul: **PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (STUDI PADA MAHASISWA DI KOTA MALANG)** adalah murni hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

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

Malang, 5 Oktober 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Rabikhatus Tsania', followed by a star symbol.

Rabikhatus Tsania

## **LEMBAR PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur Saya haturkan kepada Allah SWT dan baginda Nabi Muhammad SWA, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini.

Karya ilmiah skripsi ini, saya persembahkan kepada :

Diri saya sendiri, terima kasih sudah berjuang sejauh ini.

Kedua orang tua tercinta Bapak Iman, Ibu Nur dan Kak Aly yang telah selalu mendukung saya dalam banyak hal, selalu mengusahakan dan mendoakan tiada henti demi kebahagiaan dan kesuksesan yang saya raih.

Para guru dan dosen yang telah memberikan banyak ilmunya kepada saya. Dan juga teman-teman yang selalu menemani, memberi motivasi dan dukungan yang tidak bisa saya sebut satu persatu.

## **MOTTO**

"Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita"

(At-Taubah 40)

It's not always easy, but that's life, be strong because there are better days ahead.

(Mark Lee NCT)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah saya haturkan atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan hidayahNya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Malang). Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju yang penuh cahaya keberkahan iman. Peneliti 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 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 Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, SE., M.M., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., M.M., selaku dosen pembimbing telah banyak memberikan bimbingan, masukan, dan arahan selama penyusunan skripsi.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Abah, Mama, Kakak dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a dan dukungan baik moril dan spiritual.
7. Teman-teman satu perjuangan Zulfa, Nayla, Nadira, Wardah, Aldila, Faizah dan seluruh teman-teman Perbankan Syariah angkatan 2019 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat saya yaitu Abelia dan Fahriza yang selalu memberikan support dan motivasi agar skripsi ini dapat cepat selesai.
9. Seluruh responden yang telah berkenan meluangkan waktunya untuk membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi.
10. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



# DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
خلاصة .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	11
KAJIAN PUSTAKA .....	11
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
2.2 Kajian Teori .....	19
2.2.1 Kemudahan .....	19
2.2.2 Keamanan.....	22
2.2.3 Kepercayaan.....	25
2.2.4 Gaya Hidup.....	27
2.2.5 Minat .....	28
2.2.6 <i>Mobile banking</i> .....	29
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	30
2.3.1 Pengaruh kemudahan dengan minat menggunakan <i>mobile banking</i> .....	30
2.3.2 Pengaruh keamanan dengan minat menggunakan <i>mobile banking</i> .....	31
2.3.3 Pengaruh kepercayaan dengan minat menggunakan <i>mobile banking</i> .....	31
2.3.4 Pengaruh Gaya Hidup dengan minat menggunakan <i>Mobile banking</i> .....	32
2.4 Kerangka Konseptual.....	32
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III.....	35

<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>3.2 Lokasi Penelitian</b> .....	<b>35</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel</b> .....	<b>36</b>
3.3.1 Populasi.....	36
3.3.2 Sampel.....	36
<b>3.4 Data dan Jenis Data</b> .....	<b>37</b>
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	<b>38</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran</b> .....	<b>38</b>
3.6.1 Variabel Independen (X).....	38
3.6.2 Variabel Dependen (Y).....	39
<b>3.7 Skala Pengukuran</b> .....	<b>43</b>
<b>3.8 Metode Analisis Data</b> .....	<b>44</b>
3.8.1 Uji Instrumen.....	44
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.3 Uji Statistik.....	46
<b>BAB IV</b> .....	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian</b> .....	<b>50</b>
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	51
4.1.3 Distribusi Jawaban Responden.....	56
<b>4.2 Uji Instrumen</b> .....	<b>65</b>
4.2.1 Model Pengukuran.....	65
<b>4.3 Uji Asumsi Klasik</b> .....	<b>68</b>
4.3.1 Uji Normalitas.....	68
4.3.2 Uji Heterokedastisitas.....	69
4.3.3 Uji Multikolinieritas.....	70
<b>4.4 Uji Statistik</b> .....	<b>70</b>
4.4.1 Uji Ttest (parsial).....	70
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	75
4.4.3 Uji FTest (Uji secara serempak).....	76
<b>4.5 Pembahasan</b> .....	<b>77</b>
4.5.1 Analisis Pengaruh Kemudahan terhadap minat menggunakan mobile banking.....	77
4.5.2 Analisis Pengaruh Keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking.....	79
4.5.3 Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking.....	80
4.5.4 Analisi Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking.....	83

<b>BAB V .....</b>	<b>85</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>85</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>86</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Hipotesis Penelitian.....	34
Tabel 3. 1 Perhitungan Sampel.....	37
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	44
Tabel 4. 1 Deskripsi Variabel Kemudahan.....	56
Tabel 4. 2 Deskripsi Variabel Keamanan .....	58
Tabel 4. 3 Deskripsi Variabel Kepercayaan .....	60
Tabel 4. 4 Deskripsi Variabel Gaya Hidup.....	62
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Minat Menggunakan.....	64
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas .....	65
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Independen.....	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Dependen.....	67
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	68
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	69
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Uji Ttest .....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi .....	75
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	77

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Mobile and Internet Users in Indonesia .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1. 2 Pengguna Mobile Banking.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 4. 1 Jumlah Mahasiswa Kota Malang Tahun 2019-2020 .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status .....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Mobile Banking.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Mobile Banking.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Koesioner Penelitian.....	95
Lampiran 2. Data Penelitian.....	97
Lampiran 3. Hasil Output SPSS.....	114
Lampiran 4. Biodata Penulis .....	120
Lampiran 5. Jurnal Bimbingan.....	121
Lampiran 6. Surat Plagiasi .....	122

## ABSTRAK

Rabikhatus Tsania. 2023, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Gaya hidup terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)”.

Pembimbing : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM

Kata Kunci : Kemudahan, keamanan, kepercayaan, gaya hidup, minat, *Mobile Banking*.

---

---

Sentuhan digital pada sektor perbankan merupakan pengembangan layanan yang diberikan untuk nasabah. Bentuk sentuhan digital yang dibuat oleh perbankan salah satunya adalah *mobile banking*. Ketertarikan nasabah menggunakan *mobile banking* terus meningkat setiap tahunnya dan tentunya ketertarikan tersebut didasari dari beberapa faktor. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Objek penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *mobile banking* dikota Malang sebanyak 221 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan melalui 3 uji, yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji statistik. Alat yang digunakan adalah IBM SPSS *Statistic 26*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kemudahan dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan variabel keaman dan kepercayaan tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Akan tetapi secara simultan variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gayahidup berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

## ABSTRACT

Rabikhatus Tsania. 2023, *THESIS*. Title: “Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Gaya hidup terhadap Minat menggunakan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa di Kota Malang)”.

Advisor : Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM

Keywords : *Ease of Use, Security, Trust, Lifestyle, Interest, Mobile Banking*

---

---

*The digital touch in the banking sector is the development of services provided to customers. One form of digital touch made by banks is mobile banking. Customer interest in using mobile banking continues to increase every year and of course this interest is based on several factors. The purpose of this study was to determine the effect of ease of use, security, trust and lifestyle on the interest in using mobile banking.*

*This type of research is quantitative research. The object of this research is students who use mobile banking in the city of Malang as many as 221 respondents. The sampling technique used purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire distribution technique. Data analysis method used through 3 tests, namely instrument test, classical assumption test, and statistical test. The tool used is IBM SPSS Statistics 26.*

*Based on the results of research that has been done, it can be seen that the ease of use and lifestyle variables partially influence the interest in using mobile banking. Meanwhile, the security and trust variables do not partially influence the interest in using mobile banking. However, simultaneously the variables of ease of use, security, trust, and lifestyle influence the interest in using mobile banking.*



## خلاصة

رابعات الثانية. 2023، الأطروحة. العنوان " تأثير الراحة والأمن والثقة ونمط الحياة على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (دراسة للطلاب في مدينة مالانج)

المشرف: نهاية اسلامة الصالحة

الكلمات المفتاحية: الراحة، الأمان، الثقة، نمط الحياة، الفائدة، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

اللمسة الرقمية في القطاع المصرفي هي تطوير الخدمات المقدمة للعملاء. أحد أشكال اللمس الرقمي التي أنشأتها المصرفية هو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. يستمر اهتمام العملاء باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في التزايد كل عام، وبالطبع يعتمد هذا الاهتمام على عدة عوامل. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير الراحة والأمان والثقة ونمط الحياة على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

هذا النوع من البحث هو البحث الكمي. كان الهدف من هذا البحث هو 221 طالبًا يستخدمون الخدمات المحمول في مدينة مالانج. تستخدم تقنية أخذ العينات أخذ العينات الهادفة. تستخدم المصرفية عبر الهاتف تقنية جمع البيانات تقنية توزيع الاستبيان. أما طريقة تحليل البيانات المستخدمة فهي من خلال 3 اختبارات، وهي IBM اختبارات الأدوات، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية، والاختبارات الإحصائية. الأداة المستخدمة هي SPSS Statistics 26.

واستناداً إلى نتائج البحث الذي تم إجراؤه، يمكن ملاحظة أن متغيرات الراحة ونمط الحياة تؤثر جزئياً على الاهتمام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. وفي الوقت نفسه، فإن متغيرات الأمن والثقة لا تؤثر باستخدام جزئياً على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. ومع ذلك، فإن متغيرات الراحة والأمان والثقة ونمط الحياة تؤثر في نفس الوقت على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

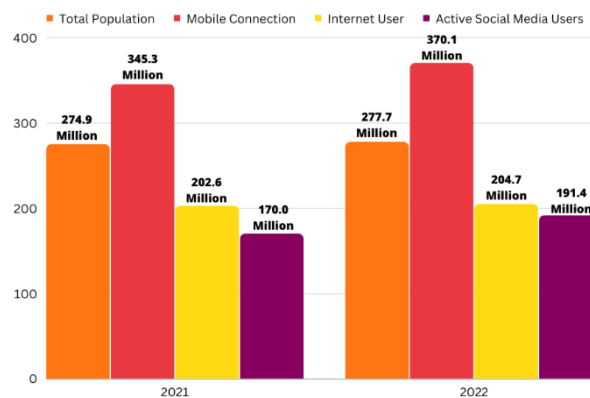
# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Cepatnya pertumbuhan teknologi di periode globalisasi saat ini membuat masyarakat memerlukan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan transaksi. Teknologi informasi yang sedang diminati saat ini yaitu adalah internet. Teknologi informasi saat ini sudah menjadi kebutuhan masyarakat dan juga berpengaruh dalam dunia perbankan dan bisnis (Wulandari & Meliono, 2017).

Perbankan merupakan salah satu sektor yang sudah beralih menggunakan sentuhan digital untuk mengembangkan pelayanannya. Pergeseran kearah digital ini diiringi dengan tingginya pengguna *mobile phone* dan kebiasaan setiap individu menggunakan perangkat digital (Rita & Fitria, 2021).

**Gambar 1. 1**  
**Mobile and Internet Users in Indonesia**



Sumber: datareportal.com, diakses 30 Januari 2023

Hal ini ditunjukkan oleh data dari datareportal pada tahun 2022, berdasarkan data infografis pada Februari 2022 menunjukkan bahwa pertumbuhan penggunaan *mobile phone* sangat berkembang pesat. 277.7 juta jiwa adalah total populasi penduduk Indonesia, sedangkan di Indonesia 370.1 juta jiwa adalah pengguna *mobile phone* atau 133% dari total populasi penduduk di Indonesia. Ini memiliki arti pengguna *mobile phone* lebih banyak dari pada total penduduk di Indonesia sehingga menunjukkan bahwa setiap individu bisa memiliki lebih dari satu perangkat *mobile*. Total pengguna internet di Indonesia tercatat 204.7 Juta jiwa yang menunjukkan pengguna internet sebanyak 73,7% dari total populasi penduduk di Indonesia. Dari pemaparan data tersebut dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia bergantung pada *mobile phone* dan internet dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Ketergantungan dalam menggunakan *mobile phone* dan internet pada masyarakat menjadikan bank Indonesia memperkenalkan layanan bisnis berbasis digital berupa *internet banking* pada tahun 1998. Internet banking dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan transaksi serta mendapatkan informasi layanan dan produk bank, situs web (*website*) (Yu *et al.*, 2015). Setelah masuknya internet banking di Indonesia sektor perbankan juga mengenalkan layanan berbasis digital berupa *mobile banking*.

*Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses melalui telepon genggam untuk melakukan transaksi (Sharma *et al.*, 2017). Setiap nasabah dapat melakukan berbagai transaksi dengan layanan *mobile banking* tanpa harus mendatangi kantor bank dan bisa dilakukan kapan saja. Peningkatan pelayanan nasabah bisa didapat dari keefektifan dan keefisienan dalam

penggunaan *mobile banking*. Transaksi yang dulu dilakukan secara manual, saat ini dapat dilakukan melalui *Mobile banking*. Selain keuntungan yang diperoleh nasabah, layanan *Mobile banking* juga dapat memberikan keuntungan bagi bank karena layanan *Mobile banking* dapat meningkatkan profitabilitas dan strategi dalam pengurangan modal biaya (Rita & Fitria, 2021).

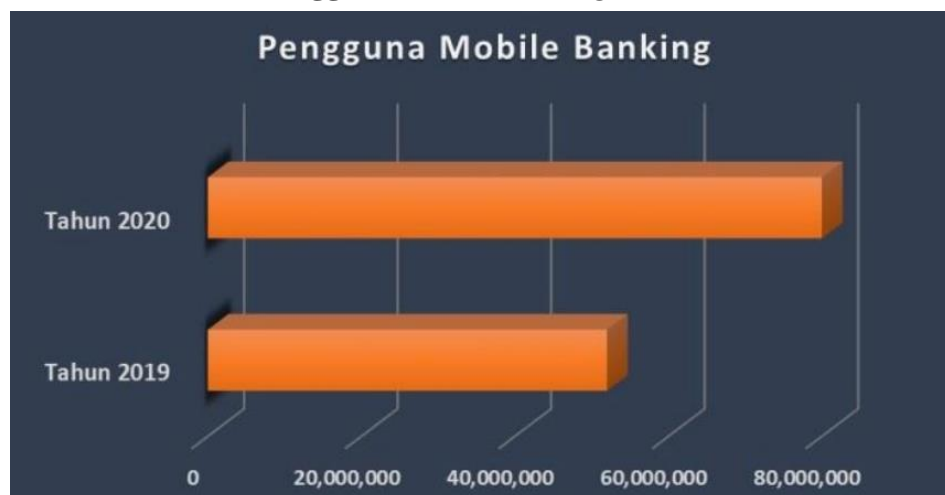
Pada tahun 2018, *Price waterhouse Coopers* (PwC) telah melakukan survei yang menunjukkan bahwa komponen utama dari strategi digital pada sektor perbankan di Indonesia adalah *Mobile banking* dengan aplikasi yang berbasis *smartphone*. Berdasarkan survei tersebut sebanyak 86% responden memilih aplikasi *Mobile banking* berbasis *smartphone* sebagai strategi dan kunci digital sektor perbankan (Rita & Fitria, 2021). Hal ini mengindikasikan bahwa *Mobile banking* adalah faktor penting yang harus diperhatikan untuk strategi jangka panjang dalam peralihan aktivitas keuangan menjadi non tunai. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan fenomena yang terjadi di masyarakat. Hasil survei yang dilakukan oleh Indonesia Milenial pada tahun 2022 menunjukkan bahwa milenial yang tertarik dengan transaksi non tunai sebanyak 64% dan milenial yang tertarik dengan transaksi dengan uang tunai sebanyak 86%.

Bank Indonesia mengunggah data berupa jumlah transaksi ekonomi dan keuangan digital meningkat ditopang dengan naiknya preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, luasnya dan mudahnya sistem pembayaran digital, serta cepatnya digital banking. Nilai transaksi uang elektronik (UE) pada November 2022 tumbuh 12,84% (yoy) mencapai Rp35,3 triliun sedangkan untuk nilai transaksi digital banking meningkat 13,88% (yoy) menjadi Rp4.561,2 triliun sejalan dengan mobilitas masyarakat. Selain itu,

nilai transaksi pembayaran menggunakan kartu ATM, kartu debit, dan kartu kredit juga meningkat 16,85% (yoy) menjadi Rp664,9 triliun. Sementara itu, jumlah Uang Kartal Yang Diedarkan (UYD) pada November 2022 meningkat 7,77% (yoy) mencapai Rp935,2 triliun.

Untuk memenuhi kebutuhan perbankan banyak masyarakat yang mulai beralih ke perangkat. tersedianya transaksi sederhana dengan satu sentuhan pada layanan *mobile banking* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat modern. Bank yang menerapkan *mobile banking* didukung oleh perangkat mobile yang semakin canggih sehingga nasabah dapat merasakan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi yang diinginkan. (Sudaryanti *et al.*, 2018). Data kajian yang dilakukan oleh UnaFinacial (2020) menunjukkan bahwa kegiatan transaksi menggunakan *Mobile banking* mengalami peningkatan dari tahun 2019 sampai tahun 2020 yang ditampilkan pada gambar berikut:

**Gambar 1. 2**  
**Pengguna *Mobile banking***



Sumber: Data Diolah, 2022

Dari data tersebut bisa disimpulkan pertumbuhan pengguna *mobile banking* menunjukkan bahwa layanan *mobile banking*

semakin sering dimanfaatkan untuk melakukan kegiatan transaksi di perbankan dan menjadi bagian penting dalam perkembangan digital banking.

*Mobile banking* merupakan layanan yang diberikan kepada nasabah untuk melakukan transaksi online dengan menggunakan bantuan perangkat telekomunikasi seperti telfon seluler atau tablet sehingga menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi perbankan kepada nasabah. Kemudahan penggunaan *mobile banking* selaras dengan penelitian Jaya (2021) dan Shodiqin (2021) menjelaskan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Namun, dalam penelitian Kamila (2022) menjelaskan bahwa kemudahan secara parsial tidak berpengaruh pada minat nasabah untuk menggunakan Sejahtera Mobile. Tentunya kedua penelitian tersebut saling bertolak belakang.

Dalam penelitian Zakiyyah (2020) kemudahan juga tidak memiliki pengaruh pada minat menggunakan *e-wallet* gopay. Karena menurut Anjelina dalam Zakiyyah (2020) penyebaran *e-money* belum merata ke seluruh masyarakat di Indonesia, sehingga masyarakat tidak mampu menilai tentang penggunaan *e-money* yang mudah atau tidak.

Tidak hanya kemudahan dengan bentuk *mobile banking* yang diberikan oleh perbankan kepada nasabahnya, pihak bank juga harus bertanggung jawab terhadap data pribadi milik nasabah dari tindak kejahatan apapun, agar nasabah merasa nyaman dan juga tidak khawatir saat bertransaksi menggunakan *mobile banking*. Menurut Budi Raharjo dalam Pranoto & Setianegara (2020) pihak bank memiliki tanggung jawab terhadap keamanan serta privasi data yang berkaitan dengan nasabah dari segala risiko bentuk kejahatan.

Keamanan informasi merupakan bagaimana kita dapat mencegah adanya penipuan atau paling tidak mendeteksi adanya penipuan pada sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasi sendiri tidak memiliki arti fisik (Pranoto & Setianegara, 2020).

Berdasarkan penelitian Ni'mah (2022) dan Shodiqin (2021) keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan menggunakan *mobile banking*. Namun hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Febriani (2020) yang menghasilkan keamanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah karena pemanfaatan keamanan dari *mobile banking* belum dioptimalkan oleh mahasiswa. Selain itu, keamanan dan privasi sistem pada bank syariah memiliki kesan yang baik untuk mahasiswa namun faktor tersebut belum mendapat kesan yang berarti bagi mahasiswa pengguna *mobile banking*. Sama halnya dengan penelitian Nisa & Solekah (2022) keamanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap niat untuk menggunakan *e-wallet*, hal ini bertanda bahwa keamanan dalam transaksi *e-wallet* tidak terlalu dipikirkan oleh responden.

Selain kemudahan dan keamanan faktor lain yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking* adalah kepercayaan. Seseorang tidak akan memiliki niat untuk menggunakan sebuah sistem teknologi informasi apabila tidak yakin atau percaya pada sebuah sistem tersebut (Nisa & Solekah 2022). Menurut Nurdin *et al.*, (2021) kepercayaan didefinisikan sebagai keyakinan pada suatu hubungan antara dua pihak yang dimiliki setiap personal dari kedua pihak tersebut, bermodalkan kepercayaan yang dibangun akan kesadaran jasa yang dipercaya akan kewajibannya seperti yang dikehendaki nasabah. Dengan kemudahan teknologi, sistem

pembayaran dan juga transaksi yang dilakukan bisa menjadi lebih simpel dan praktis sehingga tercipta efisiensi waktu dengan kenyamanan, keamanan dan kemudahan yang digemari masyarakat (Nirmala *et. al* 2020).

Pada penelitian Ratnaningrum (2022) dan Kamila (2022) kepercayaan berpengaruh pada niat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Semakin ditingkatkan aspek kepercayaan maka niat nasabah menggunakan *mobile banking* juga akan semakin meningkat. Kepercayaan juga memiliki pengaruh positif terhadap minat menggunakan *e-wallet* Gopay dalam penelitian Zakkiyah (2020).

Hasil penelitian tersebut berbeda dengan hasil penelitian Nurdin *et al.*, (2021) bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* karena kebanyakan pengguna tidak memahami risiko keamanan dan kerahasiaan dari *electric banking*. Anggapan dari pengguna adalah pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan dari teknologi informasi layanan *mobile banking*, walaupun belum tentu sebuah bank besar keamanan dan kerahasiaan data nasabahnya terjaga.

Faktor lain yang mempengaruhi penggunaan sebuah teknologi adalah *lifestyle* atau gaya hidup. Menurut Kotler (2005) gaya hidup merupakan pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam opini, minat dan juga aktivitas. Menurut Kotler *dalam* Nurfikri & Jahrizal (2019) Dalam berinteraksi dengan lingkungannya gaya hidup digambarkan “keseluruhan diri seseorang”. Secara umum dapat diartikan suatu gaya hidup adalah apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan



(minat), dan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas). Perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam opini, minat, dan aktivitas khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya merupakan arti dari gaya hidup. Penelitian Cahyaningtyas & Winoto (2020) dan juga penelitian Sampoerno & Asandimitra (2021) membuktikan *lifestyle* memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Gaya hidup mahasiswa saat ini berada pada kategori yang tinggi, artinya mereka dapat menggunakan uang dan waktu dalam melakukan aktivitas transaksi secara bijak (Nirmala et al., 2020). Namun gaya hidup mahasiswa juga dapat berubah, tetapi hal ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Dimasa puber bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang yang umum yang menjadi model utamanya (Fudyartanta, 2012: 210). Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh lingkungan sekitarnya, dimana saat ini transaksi menggunakan *mobile banking* yang telah banyak dilakukan masyarakat juga diikuti oleh mahasiswa.

Namun kenyataan dilapangan menurut penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) menunjukkan mahasiswa masih cenderung menggunakan cara konvensional, yaitu dengan cara datang langsung ke bank yang bersangkutan dibandingkan menggunakan *mobile banking*. Sebagai contoh nyata, setiap semester saat pembayaran UKT banyak mahasiswa masih memilih mengantri di bank memenuhi kawasan bank tersebut. Padahal dengan menggunakan layanan *mobile banking* transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja asalkan tersedia fasilitas untuk mengaksesnya. Hal tersebut juga terjadi Kota Malang yang memiliki jumlah total mahasiswa terbanyak ke 2 di Jawa Timur Setelah

Surabaya, dengan jumlah total Mahasiswa sebanyak 253.158. Dengan rincian tahun pada tahun 2019 118.378 mahasiswa dari universitas negeri dan 126.512 dari universitas swasta, dan untuk tahun 2020 terdapat 123.835 dari mahasiswa universitas negeri dan 128.067 mahasiswa dari universitas swasta (BPS, 2021).

Oleh karena itu, berdasarkan uraian diatas, penulis ingin mengetahui lebih detail dengan membahas lebih dalam tentang faktor yang memengaruhi minat nasabah menggunakan *mobile banking* yang akan dituangkan dalam penelitian yang berjudul **“PENGARUH KEMUDAHAN, KEAMANAN, KEPERCAYAAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING* (STUDI PADA MAHASISWA KOTA MALANG)”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
2. Apakah Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
3. Apakah Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
4. Apakah Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*?
5. Apakah kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan pada minat menggunakan *mobile banking*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

2. Untuk mengetahui pengaruh Keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking*
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking*
4. Untuk mengetahui pengaruh Gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*
5. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis  
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi ilmu pengetahuan dalam penerapan kajian keilmuan terkait pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*.
2. Manfaat Praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi atau bahan pertimbangan untuk program pengembangan dalam aspek kemudahan, keamanan, kepercayaan dan juga gaya hidup terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut adalah paparan mengenai penelitian terdahulu yang menjelaskan hubungan antar variabel penelitian berdasarkan pemikiran dan hasil dari penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh kemudahan, keamanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan layanan *mobile banking* adalah sebagai berikut:

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hutami, L. T. H., & Septyarini, E. (2018). Intensi Penggunaan Electronic Wallet Generasi Millenial pada Tiga Startup “Unicorn” Indonesia Berdasarkan Modifikasi TAM.	X: perceived usefulness, perceived ease of use, subjective norm Y: intensi penggunaan e-wallet dalam pembelian online	Metode Kuantitatif	Semakin seseorang merasakan mudahnya penggunaan e-wallet, maka ia semakin terdorong menggunakan e-wallet

2	<p>Aritonang, Y. A. L., &amp; Arisman, A. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus pada Pengguna Go-pay).</p>	<p>X: Presepsi kemudahan, presepsi manfaat Y: minat menggunakan</p>	<p>Metode Kuantitatif</p>	<p>Kemudahan dan manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan aplikasi layanan E-money Go-Pay.</p>
3	<p>Zakiyyah, A. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.</p>	<p>X: Presepsi Kemudahan, Presepsi Manfaat, Kepercayaan Y: Minat Menggunakan Go-pay</p>	<p>Metode Kuantitatif</p>	<p>Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan go-pay. Persepsi manfaat dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan Gopay.</p>

4	Nisa & Solekah (2022). The Influence of TAM, Social Influence, Security Relationship Toward Intention To Use E Wallet Trogh Attitude and Trust	X: Kegunaan Presepsi Kemudahan, Pengaruh Sosial, Keamanan Y: Niat menggunakan <i>e-wallet</i> Z: Sikap, Kepercayaan	Metode Kuantitatif	Presepsi kegunaan, pengaruh sosial dan juga keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap niat menggunakan <i>e-wallet</i> , Namun hanya presepsi kemudahan yang memiliki pengaruh langsung terhadap niat menggunakan <i>e-wallet</i> .
5	Shodiqin, M (2021). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening	X: Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Keamanan Y: Minat Menggunakan Z: Kepercayaan	Metode Kuantitatif	Kemudahan penggunaan, keamanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> , Namun manfaat berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan

				<p>n <i>mobile banking</i>. Kemudahan dan manfaat berpengaruh negatif kepercayaan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>, sedangkan keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>. Kepercayaan tidak berpengaruh sebagai variabel mediasi antara kemudahan dan manfaat terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile Banking</i>, namun kepercayaan memiliki pengaruh positif signifikan sebagai</p>
--	--	--	--	---

				variabel mediasi antara kemanan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i> .
6	Ni'mah, Arini Nafisatun (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanan, Manfaat, dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile banking</i>	X: Kemudahan, Keamanan, Manfaat, Pengetahuan Y: Minat penggunaan	Metode Kuantitatif	Kemudahan, keamanan, manfaat, dan juga pengetahuan berpengaruh positif signifikan terhadap minat mahasiswa di Kudus dalam menggunakan <i>mobile banking</i>
7	Kamila, Z K (2022). Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Niat nasabah dalam menggunakan <i>Sejahtera Mobile</i> (Studi Pada KSPPS BMT Ummat Sejahtera	X: Kemudahan, Kepercayaan, Kualitas Layanan Y: Niat Menggunakan	Metode Kuantitatif	Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah dalam menggunakan <i>sejahtera mobile</i> , namun kepercayaan dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah



	Cabang Pandangan Kabupaten Rembang)			menggunakan sejahtera mobile.
8	Nurdin, Ningrum, Bacmid, Jalil (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> Di Bank Mega Syariah Palu	X: Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan Y: Minat Menggunakan <i>Mobile banking</i>	Metode Kuantitatif	Manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan <i>mobile banking</i>
9	Ratnanigrum, (2022). Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan <i>Mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia	X: Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, Keamanan Y: Minat ulang menggunakan	Metode Kuantitatif	Manfaat, kepercayaan, kemudahan dan keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan ulang <i>mobile banking</i> . Namun keuntungan, kesesuaian dan risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat

				menggunakan ulang <i>mobile banking</i> .
10	Nurfikri & Jahrizal, (2019), Pengaruh Gaya Hidup dan Teknologi terhadap Sikap dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Pada Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru	X: Gaya hidup, Teknologi Y: Sikap, Keputusan Penggunaan	Analisis Path	Gaya Hidup dan Teknologi berpengaruh positif terhadap sikap dan Keputusan Penggunaan
11	Linnatunnisa, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Perceived Ease of Use terhadap Keputusan Mahasiswa Menggunakan <i>Mobile banking</i> dengan Sikap Pengguna Sebagai Variabel Mediasi	X: Gaya Hidup, Perceived ease of use Y: Keputusan Penggunaan <i>Mobile banking</i> Z: Sikap Pengguna	Metode Kuantitatif	Gaya hidup dan perceived ease of use berpengaruh terhadap sikap pengguna. Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan penggunaan <i>mobile banking</i> . Perceived Ease of Use tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan

				penggunaan <i>Mobile banking</i>
1 2	Cahyaningtyas & Witono (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking.	X: Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan <i>Lifestyle</i> Y: Minat menggunakan <i>e-banking</i>	Metode kuantitatif kausatif	Kepercayaan dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-banking</i> sedangkan Keamanan dan risiko tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan <i>e-banking</i> .

Sumber: Data diolah, 2023

Pada tabel penelitian terdahulu diatas dapat disimpulkan bahwa masih terdapat hasil penelitian yang berbeda-beda. Pada penelitian Hutamai, L. T. H., & Septirani, E (2018), Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2018), Nisa & Solekah (2022), Shodiqin, M (2021), Ni'mah (2022), Ratnaningrum (2022), dan Linnatunnisa (2022) kemudahan memiliki pengaruh pada keputusan penggunaan nasabah, namun pada penelitian Zakiyyah (2020), Kamila (2022), dan Nurdin *et., al* (2021) kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah.

Hasil penelitian Shodiqin, M (2021) dan Ni'mah (2022) menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan, namun pada penelitian Nisa & Solekah (2022), Cahyaningtyas & Witono (2022) keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap niat konsumen. Kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan pada hasil penelitian dari Kamila (2022), Ratnaningrum

(2022), dan Cahyaningtyas & Witono (2022), hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian Nurdin *et., al* (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan. Gaya hidup memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan, merupakan hasil penelitian dari Nurfikri & Jahrizal (2019), Linnatunnisa (2022) dan juga hasil penelitian dari Cahyaningtyas & Witono (2022).

## **2.2 Kajian Teori**

### **2.2.1 Kemudahan**

#### **2.2.1.1 Pengertian Kemudahan**

Kemudahan penggunaan adalah keyakinan seseorang bahwa tidak memerlukan sebuah suatu usaha dalam menggunakan suatu sistem tertentu (Davis 1989). Davis (1989) juga mendefinisikan sikap terhadap penggunaan model penerimaan teknologi sebagai perasaan positif atau negative seseorang tentang harus melakukan perilaku tertentu. Sikap individu yang mendukung penggunaan teknologi sistem informasi secara otomatis mendorong penggunaan dan penggunaan teknologi sistem informasi. Sebagai seberapa besar perkembangan teknologi komputer saat ini dapat dengan mudah dipahami, dipelajari, dan digunakan. Persepsi konsumen mengenai kemudahan dalam penggunaan berkaitan dengan sejauh mana konsumen memiliki ekspektasi sebuah teknologi informasi tidak akan memberikan kesulitan adaptasi baik secara fisik maupun mental. Suatu sistem yang sulit untuk digunakan akan dihindari oleh konsumen (Celik & Yilmaz, 2011 dalam Patty 2014).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha (baik waktu dan tenaga) seseorang didalam menggunakan tekonologi.

Sebagaimana firman ALLAH dalam QS Al-Insyirah: 5-6

يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ  
فَرًغًا فَإِنصَبْ فَإِذَا

*Artinya: karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.*

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa ALLAH mengatakan bahwa kesulitan yang diberikan dibalikny akan ada kemudahan. Pada konteks kemudahan, ayat tersebut menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan *mobile banking* dapat mengurangi kesulitan yang dihadapi nasabah dengan tidak perlu datang langsung ke bank dan tidak perlu mengantri untuk melakukan transaksi.

Dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu, dari Nabi shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda:

مَنْ نَفَسَ عَنْ مُؤْمِنٍ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ يَوْمِ الْقِيَامَةِ،

وَمَنْ يَسَّرَ عَلَى مُعْسِرٍ يَسَّرَ اللَّهُ عَلَيْهِ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ

فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ، وَمَنْ سَلَكَ

طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ، وَمَا اجْتَمَعَ قَوْمٌ فِي بَيْتِ

مِنْ بَيْوتِ اللَّهِ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَيَتَادَرَسُونَهُ بَيْنَهُمْ إِلَّا نَزَلَتْ عَلَيْهِمُ السَّكِينَةُ

وَعَشِيَّتِهِمُ الرَّحْمَةُ وَحَفَّتُهُمُ الْمَلَائِكَةُ وَذَكَرَهُمُ اللَّهُ فِيمَنْ عِنْدَهُ، وَمَنْ بَطَّأَ بِهِ عَمَلُهُ لَمْ

يُسْرِعْ بِهِ نَسَبُهُ

*Artinya: Barang siapa yang menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan dunia orang mukmin, maka Allah akan menghilangkan kesusahan dari kesusahan-kesusahan hari Kiamat. Barangsiapa yang memberi kemudahan orang yang kesulitan, maka Allah akan memberi kemudahan baginya di dunia dan akhirat. Allah senantiasa menolong hamba selagi dia menolong saudaranya. Barangsiapa yang menempuh perjalanan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan mudahkan baginya jalan menuju surga.*

*Tidaklah berkumpul sekelompok orang di salah satu rumah Allah untuk membaca Kitabullah dan saling mempelajarinya di antara mereka, melainkan akan turun kepada mereka ketenangan, rahmat meliputinya, para malaikat mengelilinginya, dan Allah menyanjung namanya kepada malaikat yang ada di sisi-Nya. Barangsiapa yang lambat amalnya, maka tidak akan bisa dikejar oleh nasabnya.*

Hadist tersebut menjelaskan bahwa terdapat satu keutamaan dalam membantu meringankan urusan orang lain yaitu Allah akan memberikan kemudahan urusan di hari kiamat.

#### 2.2.1.2 Faktor yang mempengaruhi kemudahan

Menurut Islami, (2021) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan teknologi, yaitu:

- 1) Teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang memiliki sistem yang baik akan memberikan kemudahan dalam menggunakannya.
- 2) Reputasi teknologi yang akan digunakan, reputasi yang baik yang diketahui oleh calon pengguna akan menumbuhkan keyakinan calon pengguna terhadap kemudahan penggunaan suatu teknologi.
- 3) Tersedianya sistem pendukung yang handal, sistem pendukung yang terpercaya akan mendorong perasaan yakin dan nyaman dalam diri pengguna.

#### 2.2.1.3 Indikator kemudahan

Menurut (Davis et al, 2019:30) Beberapa indikator yang dapat mengukur kemudahan penggunaan, yaitu:

- 1) Mudah dipelajari (easy to learn)
- 2) Dapat dikontrol (controllable)
- 3) Fleksibel (flexible)
- 4) Mudah digunakan (easy to use)
- 5) Jelas dan dapat dipahami (clear and understandable)

## 2.2.2 Keamanan

### 2.2.2.1 Pengertian keamanan

Bertumbuhnya kecanggihan teknologi dan ilmu pengetahuan yang telah digapai masyarakat menjadikan terlahirnya banyak kejahatan di dunia perbankan dengan memanfaatkan jaringan internet dan komputer. Pada dunia perbankan kejahatan ini biasanya terjadi pada transaksi yang berbasis internet termasuk pada layanan *mobile banking*, dimana perbankan harus menjaga keamanan dan juga privasi nasabah (Sulisrudatin 2018)

Salah satu faktor yang menjadi penilaian nasabah dalam melihat mutu layanan perbankan adalah tingkat keamanan (Suryani 2017). Kekhawatiran nasabah sebagai pengguna layanan *mobile banking* menimbulkan kurangnya kepercayaan nasabah untuk menggunakan layanan tersebut. Sektor perbankan tidak bisa mengendalikan jaringan perangkat yang digunakan, hal ini menjadikan suatu kekhawatiran yang dirasakan oleh perbankan.

Menurut Casalo *et al.*, (2007) jika dilihat dari sudut pandang konsumen, keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi atau data nasabah dari penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online. Nasabah akan merasa terjamin kerahasiaan data dan dana saat melakukan transaksi dengan *mobile banking* dengan keamanan pada transaksi online yang diberikan oleh perbankan (Hadi & Novi 2015).

Dunia perbankan penting untuk melakukan penguatan sistem keamanan informasi karena hal ini berkaitan dengan privasi atau penjagaan terhadap data nasabah agar nasabah merasa nyaman dan juga aman. Untuk menghindari risiko tindak ilegal yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab dapat dilakukan dengan cara pencegahan, menanggulangi serta membentuk sistem keamanan dari layanan ebanking (kholid & Soemarso 2018).

#### 2.2.2.2 Aspek keamanan teknologi informasi

Budi Raharjo dalam bukunya menjelaskan bahwa yang perlu dilakukan adalah mengevaluasi aspek CIA (*Confidentiality*, *integrity*, dan *availability*) sebagai prinsip utama untuk keamanan lainnya dengan penjelasan sebagai berikut:

##### 1) *Confidentiality*

Aspek *confidentiality* atau kerahasiaan menjelaskan hanya orang yang berwenang yang dapat melihat dan juga mengakses data pribadi pengguna demi menjaga kerahasiaan dan keamanan dari serangan orang yang tidak berwenang atau *haecker*.

##### 2) *Integrity*

Aspek *integrity* menjelaskan bahwa suatu data atau informasi tidak dapat diubah tanpa izin dari pemiliknya. Aspek ini dapat diserang ketika pengiriman data ke tujuan dengan menangkap data ditengah perjalanan yang kemudian diubah oleh pihak yang tidak berwenang lalu meneruskan ke tujuan (*man-in-the-middle*). Dapat dikatakan integritas data tidak terjaga apabila ada pihak lain yang berusaha masuk kedalam server dan mengubah data tersebut.

##### 3) *Availability*

Aspek *availability* atau ketersediaan menjelaskan bahwa sistem yang berdasar dari teknologi informasi akan saling ketergantungan satu sama lain. Ketika sistem tersebut sedang dibutuhkan maka sistem dan data yang ada didalamnya harus selalu dapat diakses. Suatu pekerjaan dapat terhambat jika sistem ada yang rusak atau



*not available* sehingga tidak dapat mengakses data tersebut.

4) *Non-repudiation*

Aspek ini terdapat dalam sistem yang berhubungan dengan kegiatan transaksi. Aspek yang digunakan untuk menjaga agar seseorang tidak dapat melakukan penyangkalan telah melakukan aktivitas transaksi. Penerapan pada aspek *non-repudiation* ini bisa menggunakan *message authentication code* atau pembuktian melalui pesan singkat.

5) *Authentication*

Aspek *authentication* merupakan salah satu cara yang digunakan untuk membuktikan klaim adalah benar. Seperti pembuktian bahwa orang tersebut adalah benar yang dimaksud, informasi atau data valid atau server yang dihubungi server asli. Terdapat faktor-faktor yang bisa digunakan untuk membantu proses *authentication* yaitu:

- a) Pengetahuan terhadap sesuatu seperti *user name/id*, kata sandi (*password*), dan PIN.
- b) Sesuatu yang dimiliki dalam bentuk fisik seperti *debit card / credit card* dalam perbankan, token atau kunci.
- c) Menggunakan sesuatu bagian dari fisik pengguna seperti rekaman retina mata, sidik jari dan biometrik lain.

6) *Authorization*

Aspek ini merupakan lanjutan dari aspek *authentication* dimana sebelumnya telah mengetahui pengguna sesungguhnya yang kemudian memberikan hak kepada pengguna untuk mengakses suatu sistem sesuai dengan peran.

### 2.2.2.3 Indikator keamanan

Suatu sistem yang digunakan harus bisa menjamin keamanan dan privasi nasabahnya agar dapat membentuk minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Untuk mengukur tingkat keamanan sistem terdapat indikator sebagai berikut:

- a) Jaminan keamanan
- b) Kerahasiaan data
- c) Dapat mencegah atau mendeteksi adanya penipuan
- d) Risiko kehilangan data sangat kecil

## 2.2.3 Kepercayaan

### 2.2.3.1 Pengertian Kepercayaan

Menurut Nurdin *et al.*, (2021) kepercayaan merupakan keyakinan pada suatu hubungan antar dua pihak yang dimiliki dari satu pihak kepada pihak lain, mengacu pada harapan bahwa orang yang tanggung jawabnya telah didelegasikan akan melaksanakan tanggung jawab yang telah ditentukan. Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan pada diri seseorang yang menyakini bahwa ia akan menemukan sesuatu yang diinginkan pada orang lain atau suatu hal (akbar & Parvez, 2009).

Kepercayaan didefinisikan sebagai satu variabel kunci yang memelihara suatu hubungan dengan jangka panjang. Rasa kepercayaan konsumen terhadap harapan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat ditingkatkan dengan hubungan jangka panjang, sehingga akan mengurangi keresahan konsumen terhadap pelayanan yang akan diterimanya (Morgan & Hunt 1994).

Kepercayaan dalam konsep islam telah disebutkan dalam Q.S An- Nisa ayat 58:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ

تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya:*

*Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.*

Menurut Ono W Purbo dalam Muhammad (2004) ayat tersebut bersifat umum, sehingga amanah diartikan sebagai kepercayaan. Kepercayaan merupakan sebuah kunci utama dalam segala jenis bisnis baik dari lingkungan *online* maupun *offline* dalam lingkungan bisnis. Kepercayaan dibentuk dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses *ijab-qobul*, ada materai, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis selain itu juga diproteksi secara horizontal oleh hukum-hukum disamping proteksi vertikal seperti norma, nilai, dan etika yang dianut para pelaku bisnis. Demikian pula dalam duania online, harmonisasi antar ketiga aspek diatas dipadukan dengan mekanisme pembangunan kepercayaan secara total keseluruhan.

#### 2.2.3.2 Manfaat Kepercayaan

Ada beberapa manfaat kepercayaan yang dijelaskan pada penelitian Akbar & Parvez (2009) diantaranya:

- a) Dalam menjaga hubungan baik yang dijalin melalui kerjasama oleh para pemasar dan rekan perdagangan dapat didorong dengan kepercayaan.
- b) Kepercayaan diharapkan dapat memepertahankan rekan yang ada dari hungungan jangka panjang yang sudah terjalin dan menolak pilihan jangka pendek yang ditawarkan.

- c) Kepercayaan memberikan dorongan bagi para pemasar untuk memilah risiko dengan bijaksana karena ia percaya bahwa rekannya tidak akan mengambil keputusan yang bisa merugikan pasar.

#### 2.2.3.3 Indikator Kepercayaan

Menurut Fian (2016) terdapat beberapa indikator kepercayaan, yaitu:

- a) Keandalan, merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat dan memuaskan.
- b) Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang bisa dirasakan, pihak bank mampu memberikan solusi kepada permasalahan nasabahnya.
- c) Kredibilitas, merupakan penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

#### 2.2.4 Gaya Hidup

##### 2.2.4.1 Pengertian Gaya Hidup

Bernard T. Widjaja (2008;76) mengadaptasi dari Kotler (2000) lifestyle atau gaya hidup merupakan perilaku individu yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas, minat dan pandangan individu untuk mengatualisasikan kepribadiannya karena adanya pengaruh interaksi dengan lingkungannya. Lifestyle marketing terdiri dari segmentasi pasar yang kompleks menjadi beberapa bagian berdasarkan minat, sikap, dan keyakinan. Antusias dan menetapkan merek sebagai bagian berharga dari kehidupan sehari-hari konsumen tercipta dari teknik pemasaran ini.

Menurut Nurfikri & Jhrizal (2019) gaya hidup menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Namun Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering disebut juga sebagai cara seseorang berfikir, merasa dan berpersepsi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksikan karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.

#### 2.2.4.2 Indikator Gaya Hidup

Menurut Kotler (2005;210) terdapat 3 indikator gaya hidup yaitu:

1. Activity (aktivitas)
2. Interest (minat)
3. Opinion (opini)

#### 2.2.5 Minat

##### 2.2.5.1 Pengertian Minat

Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah suatu keinginan seseorang untuk melakukan perilaku tertentu. Minat memiliki hubungan dengan tindakan-tindakan atau perilaku-perilaku, tetapi menurut waktu minat dapat berubah, semakin dimungkinkan terjadinya perubahan-perubahan minat seseorang karena semakin lebar interval waktu (Jogiyanto 2007). Menurut Slameto (2010) minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu aktivitas, tanpa ada suruhan dan cenderung untuk memberikan perhatian yang lebih besar yang lebih besar terhadap suatu aktivitas.

##### 2.2.5.2 Indikator Minat

Menurut Bimo (2004) terdapat tiga indikator minat, yaitu:

- a) Ketertarikan pada objek minat, konsumen yang mempunyai perhatian lebih terhadap *mobile banking*.

- b) Perasaan senang, konsumen yang berminat dan memiliki perasaan senang dalam menggunakan *mobile banking*.
- c) Kecenderungan untuk menggunakan, konsumen yang berkeinginan selalu memakai *mobile banking* saat transaksi sehari-hari.

## 2.2.6 *Mobile banking*

### 2.2.6.1 Pengertian *Mobile banking*

Rosyid *et al.*, (2019) juga mendefinisikan bahwa *Mobile banking* adalah suatu layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi melalui *smartphone* atau *gadget*. Layanan *Mobile banking* dapat digunakan melalui aplikasi yang sudah diunduh oleh nasabah dengan cara mengakses menu yang telah tersedia. Selain itu, Tirtana dan Sari (2014) menyatakan bahwa *Mobile banking* merupakan layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah untuk mendukung kegiatan perbankan agar pelaksanaan berbagai transaksi menjadi lebih mudah, efisien dan efektif. *Mobile banking* menggabungkan aplikasi bisnis dan teknologi informasi secara bersamaan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan *Mobile Bank* adalah layanan perbankan yang memfasilitasi transaksi dan informasi nasabah dan dapat diakses melalui *smartphone* untuk mendukung operasional perbankan secara lebih efektif dan efisien.

### 2.2.6.2 fitur layanan *mobile banking*

Menurut Wardhana (2015) menyebutkan bahwa pihak bank saat memberikan fitur layanan *Mobile banking* harus memperhatikan beberapa aspek, yaitu:

- 1) User friendly, dimana suatu sistem harus menyediakan fitur dan menu yang mudah untuk digunakan. Hal ini akan menjadi pertimbangan dalam memaksimalkan keputusan dari nasabah.

- 2) *Mobile banking* tersedia di berbagai platform dari gadget yang digunakan oleh nasabah sehingga layanan *Mobile banking* dapat digunakan dengan jangkauan yang lebih luas.
- 3) Kemampuan administrasi aplikasi yang baik, mulai dari administrasi pendaftaran pengguna baru, aktivasi pengguna, hingga proses mengunduh aplikasi pada gadget nasabah.
- 4) Keamanan aplikasi, pihak bank harus memastikan bahwa kerahasiaan data serta transaksi yang dilakukan nasabah dapat terjaga dengan aman, mulai dari aplikasi yang digunakan oleh nasabah hingga sistem aplikasi yang ada di bank.
- 5) Mengoptimalkan penggunaan jaringan operator seluler, hal ini juga sangat mempengaruhi keputusan penggunaan konsumen karena saat pengguna memakai aplikasi dengan jaringan operator yang tidak mendukung akan berdampak pada aplikasi yang digunakan.

## **2.3 Pengaruh Antar Variabel**

### **2.3.1 Pengaruh kemudahan dengan minat menggunakan *mobile banking***

Succi dalam Nurrahmanto (2015) mengutarakan perilaku seseorang untuk menggunakan dapat terpengaruhi oleh sistem yang dinilai mudah digunakan secara otomatis. Menurut Ni'mah (2022) semakin mudah *mobile banking* dipelajari, maka minat nasabah menggunakan *mobile banking* semakin meningkat. Presepsi tentang kemudahan penggunaan sebuah teknologi diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.

Pada penelitian Shodiqin (2021) menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mukhtisar *et., al* (2021) yang

menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Penelitian Nisa & Solekah (2022) memaparkan terdapat pengaruh langsung dari kemudahan terhadap niat seseorang menggunakan *e-wallet*.

### **2.3.2 Pengaruh keamanan dengan minat menggunakan mobile banking**

Keamanan merupakan suatu perlindungan dari ancaman keamanan dan pengendalian informasi pribadi pelanggan saat bertransaksi online. Dalam sistem perbankan keamanan sangatlah penting karena sistem perbankan berisikan data-data penting seperti data pribadi nasabah yang sangat sensitif (Restika, 2021). Keamanan merupakan hal yang diutamakan oleh nasabah saat menyimpan dananya pada sektor perbankan.

Pada penelitian Ni'mah (2022) keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Namun pada penelitian Mukhitsar *et., al* (2021) keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

### **2.3.3 Pengaruh kepercayaan dengan minat menggunakan mobile banking**

Kamila (2022), kepercayaan merupakan hal yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam artian seseorang memiliki kepercayaan bahwa *mobile banking* mudah digunakan, aman, dan tidak merugikan. Menurut Aladwani dalam Afifah (2017) kepercayaan merupakan kunci tantangan masadepan transaksi online pada perbankan, karena tidak memiliki kehadiran dan cabang fisik pada transaksi tersebut, dan juga transaksi tatap muka antara nasabah dan juga pihak perbankan. Untuk mengatasi ketidak pastian pada transaksi mobile, kepercayaan membantu mengurangi penipuan dan risiko potensial dan meningkatkan kemungkinan nasabah menggunakan *mobile banking*.



Kepercayaan memiliki pengaruh positif pada minat nasabah menggunakan *mobile banking*, hal ini diutarakan dari hasil penelitian Ratnanigrum (2022) dan Nurdin *et. al* (2021).

#### 2.3.4 Pengaruh Gaya Hidup dengan minat menggunakan *Mobile banking*

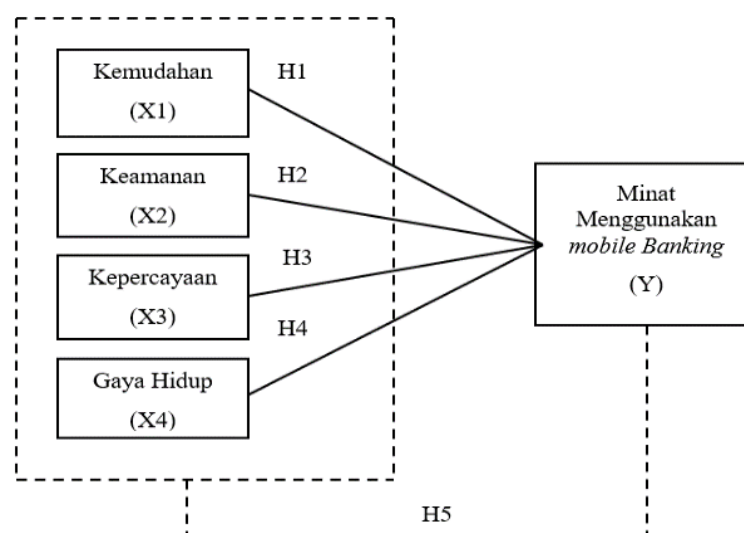
Gaya hidup diartikan sebagai pola hidup yang diekspresikan melalui aktivitas, minat dan opini seseorang, hal tersebut diutarakan pada penelitian yang dilakukan oleh Kotler (2006). Menurut Nirmala *et al.*, (2020) gaya hidup biasanya dipilih dengan menyesuaikan lingkungan sosial sekitar dimana individu itu tinggal, gaya hidup juga dapat berubah sesuai dengan minat atau keinginan pada diri sendiri.

Pada penelitian Cahyaningtyas & Witono (2022) Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terdapat minat menggunakan *e-banking*. Gaya hidup juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan penggunaan kartu kredit, ini merupakan hasil dari penelitian Nurfikri & Jahrizal (2019).

### 2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan judul penelitian ini yaitu pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*, maka kerangka konseptual pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



*Sumber: Data Diolah, 2023*

Keterangan:

Garis Parsial           —————

Garis Simultan       -----

Berdasarkan gambar diatas variabel kemudahan, keamanan, dan kepercayaan menjadi variabel independent. Variabel minat menggunakan menjadi variabel dependen. Garis tebal menandakan pengaruh secara parsial variabel X1 terhadap Y, X2 terhadap Y X3 terhadap Y dan X4 terhadap Y. Garis putus-putus menandakan pengaruh secara simultan variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap Y.

## 2.5 Hipotesis

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Hutamai, L. T. H., & Septirani, E (2018), Aritonang, Y. A. L., & Arisman, A. (2018), Nisa & Solekah (2022), Shodiqin, M (2021), Ni'mah (2022), Ratnaningrum (2022), dan Linnatunnisa (2022) mendapatkan hasil bahwa kemudahan memiliki pengaruh terhadap keputusan menggunakan pada nasabah. Keamanan juga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada penelitian Shodiqin, M (2021) dan Ni'mah (2022).

Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Kamila (2022), Ratnanigrum (2022), dan Cahyaningtyas & Witono (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Gaya hidup juga memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile*

*banking* berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nurfikri & Jahrizal (2019), Linnatunnisa (2022) dan juga hasil penelitian dari Cahyaningtyas & Witono (2022).

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian terdahulu dan kajian teori maka dapat diajukan suatu hipotesis yang masih memerlukan tahap pengujian untuk membuktikan kebenarannya, yaitu:

**Tabel 2. 2**  
**Hipotesis Penelitian**

	Hipotesis
H <sub>1</sub> (Ni'mah 2022)	Kemudahan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
H <sub>2</sub> (Shodiqin 2021)	Keamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
H <sub>3</sub> (Cahyaningtyas & Witono 2022)	Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
H <sub>4</sub> (Cahyaningtyas & Witono 2022)	Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>
H <sub>5</sub>	Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i>

Sumber: data diolah, 2023

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode *explanatory research*. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang terstruktur dan dimaksudkan untuk membuat generalisasi terkait populasi yang diteliti. Menurut Hetami dan & Bharata (2021) *Explanatory Research* adalah jenis penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan mengenai hubungan sebab dan akibat (kausal) antar variabel penelitian melalui uji hipotesis. Dalam hal ini hubungan yang akan dibahas adalah Kemudahan (X1), keamanan (X2), Kepercayaan (X3), dan Gaya Hidup (X4) terhadap minat menggunakan *Mobile banking* (Y).

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana suatu penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan oleh peneliti (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Adapun penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pengguna *mobile banking* yang berada di Kota Malang. Pada data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2021) tercatat mahasiswa di kota Malang pada tahun 2020 terdapat 123.835 dari mahasiswa universitas negeri dan 128.067 mahasiswa dari universitas swasta (BPS, 2021).

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang disamaratakan yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan, dipelajari, dan ditarik kesimpulan oleh peneliti (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna *mobile banking* di kota Malang.

#### 3.3.2 Sampel

Kurniawan & Puspitaningtyas (2016) menjelaskan bahwa sampel merupakan bagian dari sebuah objek ataupun subjek populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi yang mempunyai jumlah yang relatif besar seringkali membuat peneliti mengalami kesulitan saat melakukan penelitian. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan tenaga, waktu, serta biaya. Oleh karena itu peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi dan kesimpulan dari sampel dapat digunakan untuk mewakili populasi sehingga sampel yang diambil harus bisa merepresentasikan populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dimana menurut Sugiyono (2018) *puspositive sampling* merupakan teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* termasuk dalam jenis non-pobality sampling yang memiliki arti tidak memberikan peluang yang sama pada setiap populasi. Kriteria yang ditetapkan pada penelitian ini untuk dijadikan sampel yaitu mahasiswa di kota Malang yang merupakan pengguna aktif *mobile banking*, usia minimal 17 tahun dan telah melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* sudah lebih dari satu kali.

Dalam menentukan sebuah sampel, dalam penelitian ini mengacu pada rumus Hair karena jumlah populasi belum diketahui

secara pasti. Hair *et al.*, (2010) menerangkan bahwa banyaknya sampel yang digunakan sebagai responden harus disesuaikan dengan banyaknya indikator pertanyaan pada kuisisioner, dengan asumsi jumlah indikator dikalikan dengan 5 hingga 10. Rumus Hair dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Perhitungan Sampel**

No	Variabel	Jumlah Indikator
1	Kemudahan	5
2	Keamanan	4
3	Kepercayaan	5
4	Gaya Hidup	5
5	Minat menggunakan	3
Total Indikator		21
Sample (total indikator x 5)		110

*Sumber: data diolah, 2023*

Dari perhitungan sampel diatas, maka dibutuhkan sampel sebanyak 110 responden.

### 3.4 Data dan Jenis Data

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik individu maupun kelompok, seperti hasil pengisian kuesioner atau hasil wawancara (Abdullah, 2015). Sugiyono (2006) menjelaskan sekumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu merupakan data primer dengan cara pengumpulan data menggunakan kuesioner yang didalamnya terdapat cara memberikan sejumlah pertanyaan maupun penjelasan yang tertulis terhadap responden untuk dijawab.

Data primer pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuesioner terkait dengan pengaruh kemudahan, keamanan,

kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah tingkat yang menjamin keberhasilan atau kegagalan suatu penelitian (Samsu, 2017). Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini adalah melalui penyebaran kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk google form yang terdiri dari identitas responden dan beberapa pertanyaan. Selain itu penulis juga menggunakan rujukan, literature berupa jurnal, skripsi dan referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

#### 3.6.1 Variabel Independen (X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain sehingga perubahan suatu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lain (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kemudahan, keamanan, dan kepercayaan.

1. Menurut Jogiyanto (2011) kemudahan penggunaan *mobile banking* merupakan suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa internet banking bisa dengan mudah digunakan dan dipahami sehingga nasabah tidak memerlukan usaha keras saat menggunakannya.
2. Keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi internet banking dari ancaman penyalah gunaan rekening nasabah (Mahardika 2011). Menurut Lee (2009) kemanan adalah faktor penting pada layanan internet banking yang dapat meningkatkan kepercayaan nasabah untuk menggunakannya. Semakin tinggi tingkat kemanan yang diberikan pada nasabah pengguna *mobile*

*banking*, maka semakin berminat nasabah untuk bertransaksi menggunakan *mobile banking*.

3. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Kesediaan ini muncul karena adanya pemahaman individu tentang pihak lain yang didasarkan pada masa lalu, adanya harapan dari pihak lain akan memberikan sumbangan positif (walaupun memungkinkan pihak lain memberikan sumbangan negatif) (Lau & Lee 1999).
4. Gaya Hidup merupakan konsep yang lebih baru dan lebih terukur dari kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.

### 3.6.2 Variabel Dependen (Y)

Menurut Kurniawan & puspitaningtyas (2016), variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel lain sehingga perubahan salah satu variabel menyebabkan perubahan pada variabel lain. Artinya jika dalam variabel independen terjadi perubahan, maka variabel dependen akan mengalami perubahan juga.

Minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan suatu hal yang mereka inginkan bila mereka dibebaskan untuk memilih. Minat juga merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran perasaan, harapan, pendirian, prasangka, dan juga rasa takut. Karena minat adalah suatu keadaan mental yang menghasilkan respon tertarik pada situasi atau objek.

**Tabel 3. 2**  
**Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Indikator	Item
----------	-----------	------



Kemudahan (X1) (Nisa <i>et al.</i> , 2020)	<i>Clear</i> mudah dipahami	<i>Mobile banking</i> dapat dengan mudah dipelajari Dapat dengan mudah memahami interaksi dalam penggunaan <i>Mobile banking</i>
	Tanpa menggunakan usaha	Penggunaan <i>Mobile banking</i> sangat mudah dan flexible.
	Mudah digunakan	<i>Mobile banking</i> mudah digunakan
	Mudah mendapatkan <i>system</i>	<i>Mobile banking</i> dapat digunakan kapanpun dan dimanapun
Keamanan (X2) (Heriayana 2020)	Jaminan keamanan	menggunakan <i>mobile banking</i> karena yakin pihak bank menjamin keamanan data pribadi.
	Kerahasiaan data	<i>Password</i> dan pin tidak akan bocor

	Dapat mencegah/mendekteksi adanya penipuan	Data pribadi tidak dapat dirubah pihak lain.
	Risiko kehilangan data sangat kecil	Menggunakan <i>mobile banking</i> karena tidak mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (seperti <i>cybercrime</i> atau <i>severdown</i> )
Kepercayaan (X3) (Fian 2016)	Kehandalan	Keyakinan dan kepercayaan menggunakan <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi perbankan.
		kepercayaan transaksi transfer pada <i>mobile banking</i> .
	Kepedulian	Perasaan aman dan nyaman dalam menggunakan <i>mobile banking</i>
	Kredibilitas	Keyakinan pada semua data yang

		diproses melalui <i>mobile banking</i> tidak akan disalahgunakan oleh pihak bank.
		tidak adanya rasa khawatir memberikan informasi keuangan saat bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> .
Gaya Hidup (X4) (Kotler 2005, Jaya 2021)	Aktivitas	Menggunakan <i>mobile banking</i> lebih dari 10 kali dalam 1 bulan
	Minat	<i>Mobile banking</i> sangat disukai
		<i>Mobile banking</i> sudah sesuai kebutuhan
	Opini	Menggunakan <i>mobile banking</i> meningkatkan percaya diri
<i>Mobile banking</i> menyediakan segala kebutuhan transaksi		

Minat menggunakan <i>mobile banking</i> (Y) (Bimo 2004, Nurfikri & Jahrizal 2019)	Ketertarikan pada objek minat	ketertarikan menggunakan <i>mobile banking</i> untuk transaksi sehari-hari.
	Perasaan senang	Menyukai transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> dari pada transaksi secara manual.
	Kecenderungan untuk menggunakan	Akan menggunakan <i>mobile banking</i> terus menerus

Sumber: data diolah, 2023

### 3.7 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013) Skala pengukuran merupakan acuan yang digunakan sebagai penentu Panjang pendeknya suatu interval yang ada pada alat ukur, sehingga dapat menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk menentukan atau mengukur pendapat, sikap atau persepsi individu atau kelompok tentang suatu fenomena atau peristiwa sosial (Pranatawijaya *et al.*, 2019). Pada penelitian ini peneliti menggunakan 4 tingkatan dalam penilaian kuesioner. Modifikasi skala likert menjadi 4 tingkatan dengan menghilangkan jawaban ditengah bermaksud untuk menghilangkan kelemahan pada jawaban

tengah dalam skala likert 5 tingkat (Hadi, 1991). Jawaban ditengah memiliki makna ganda seperti netral atau ragu-ragu. Hal tersebut tidak diinginkan dalam sebuah instrumen.

**Tabel 3. 3**  
**Skala Likert**

Skor	Keterangan
4	Sangat Setuju (SS)
3	Setuju (S)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

*Sumber: data diolah 2023*

### 3.8 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kuantitatif. Analisis ini dapat dilakukan dengan beberapa langkah, yaitu:

#### 3.8.1 Uji Instrumen

##### A. Uji Validitas

Validitas merupakan kemampuan alat ukur melakukan fungsinya untuk mengukur sasaran yang diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan atau pernyataan dalam suatu koesioner yang digunakan dalam suatu penelitian (Janti, 2014).

Kriteria uji validitas adalah sebagai berikut:

1. Instrument penelitian dikatakan valid, apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  table.
2. Instrument penelitian dikatakan tidak valid, apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  table.

##### B. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki hasil pengukuran yang konsisten apabila dilakukan beberapa kali pengukuran dengan alat ukur yang sama (Janti, 2014).

Kriteria uji reabilitas adalah sebagai berikut:

- a. Data penelitian dikatakan memiliki konsistensi yang cukup kuat, jika nilai koefisien reabilitas atau Cronbach Alpha  $> 0,7$ .
- b. Data penelitian dikatakan memiliki konsistensi yang mencukupi, jika nilai koefisien reabilitas atau Cronbach Alpha  $> 0,6$ .
- c. Data penelitian dikatakan belum dapat diandalkan untuk menjelaskan hasil penelitian, jika nilai koefisien reabilitas atau Cronbach Alpha  $< 0,6$ .

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik pada penelitian ini terdiri dari:

#### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak dalam model regresi. Jika model regresi tidak berdistribusi normal, maka uji statistik dikatakan tidak valid. Uji asumsi klasik dapat diidentifikasi dan dilihat melalui histogram residual yang memplot data atau penyebaran titik. Jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal atau plot histogram, maka dapat dikatakan model regresi memenuhi asumsi normalitas (Janie, 2012).

#### 2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memplotkan grafik antara ZPRED dan SREID, dimana apabila terdapat

pola tertentu pada grafik, gangguan heteroskedastisitas akan tampak (Abhimantra *et al.*, 2013).

### 3) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai variance inflation factor (VIF) sebesar. Jika nilai VIF kurang dari 10 atau toleransi lebih besar dari 10, model dinyatakan bebas multikolinieritas (Abhimantra *et al.*, 2013).

### 3.8.3 Uji Statistik

#### a) Uji $T_{\text{Test}}$ (parsial)

Uji  $T_{\text{Test}}$  (Parsial) digunakan untuk menguji koefisien regresi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam suatu penelitian (Ratnasari, 2017).

#### 1) Menentukan hipotesis

H1 :  $\beta_1 \neq 0$  ; Kemudahan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobil banking*

H2 :  $\beta_2 \neq 0$  ; Keamanan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H3 :  $\beta_3 \neq 0$  ; Kepercayaan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H4 :  $\beta_4 \neq 0$  ; Gaya Hidup (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

#### 2) Menentukan t tabel;

Untuk menentukan t tabel dengan cara menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan derajat kepercayaan (dk) =  $\alpha/2$ , n-k

Dimana:

$n$  : jumlah data

$k$  : jumlah variabel

### 3) Pengambilan keputusan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_{(1,2,3,4)}$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan pada setiap variabel independen dengan variabel dependen

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_{(1,2,3,4)}$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan pada setiap variabel independen dengan variabel dependen.

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

$Y$  : variabel dependen

$\alpha$  : konstanta

$\beta$  : koefisien regresi

$X_1$  : kemudahan

$X_2$  : keamanan

$X_3$  : kepercayaan

$X_4$  : gaya hidup

$e$  : standar error

### b) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui dan menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Purwanto *et al.*, 2021). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 - 1. Apabila nilai koefisien determinasi semakin rendah, maka kemampuan variabel independen rendah untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independent mampu



memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel dependen. (Primasari, 2018).

Adapun rumus dari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : nilai koefisiensi determinasi

R : nilai koefisiensi korelasi

c) Uji  $F_{Test}$  (Uji secara serempak)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (Bawono 2006). Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking* secara simultan.

1) Menentukan hipotesis

$H_0$ : variabel independen = 0 , kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup (variabel independen) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

$H_a$ : Variabel independen  $\neq 0$  , kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gaya hidup (variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

2) Menentukan F tabel

Untuk menentukan F tabel dengan cara menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan (dk) = (n-k)

Dimana:

n : jumlah data

k : jumlah variabel

3) Mencari F hitung dengan rumus

$$f = \frac{R / (k - 1)}{(1 - R^2 / (n - k))}$$

Di mana:

$R^2$  : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sample

4) Pengambilan keputusan

Jika  $f_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya ada pengaruh signifikan antara kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup (variabel independen) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (variabel dependen) secara simultan.

Jika  $f_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_o$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup (variabel independen) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (variabel dependen) secara simultan.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **4.1.1.1 Letak Geografis Kota Malang**

Menurut data milik Pemerintah kota Malang. Letak Kota Malang berada pada ketinggian antara 440 hingga 667 meter diatas permukaan laut. Kota Malang merupakan Kota yang berada di antara wilayah Kabupaten Malang dengan  $112,06^{\circ}$  -  $112,07^{\circ}$  Bujur Timur dan  $7,06^{\circ}$  -  $8,02^{\circ}$  Lintang Selatan. Perbatasan wilayah Kota Malang meliputi:

1. Pada bagian Utara Kota Malang berbatasan dengan Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang.
2. Pada bagian Timur Kota Malang berbatasan dengan Kecamatan Tumpang dan Kecamatan Pakis Kabupaten Malang.
3. Pada bagian Selatan Kota Malang berbatasan dengan Kecamatan Pakisaji dan Kecamatan Tajinan Kabupaten Malang.
4. Pada bagian Barat Kota Malang berbatasan dengan Kecamatan Dau dan Kecamatan Wagir Kabupaten Malang.

Kota Malang juga dikelilingi gunung-gunung sebagai berikut:

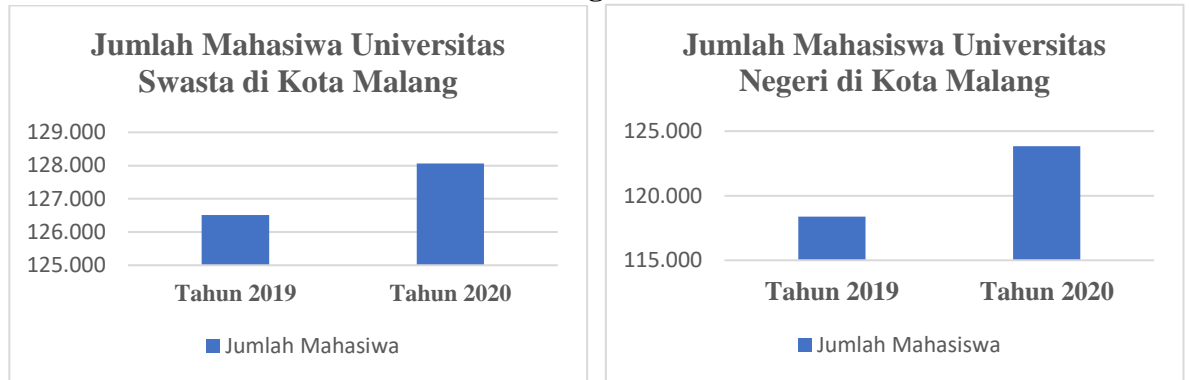
1. Pada bagian Utara terdapat Gunung Arjuno
2. Pada bagian Timur terdapat Gunung Semeru
3. Pada bagian Selatan terdapat Gunung Kelud
4. Pada bagian Barat terdapat Gunung Panderman dan Gunung Kawi

###### **4.1.1.2 Mahasiswa Kota Malang**

Kota Pendidikan merupakan julukan untuk Kota Malang Karena memiliki banyak universitas negeri dan swasta. Terdapat 59 perguruan tinggi di Kota Malang terdiri dari Adapun perguruan tinggi di Kota Malang diantaranya 11 Universitas Swasta, 4 Universitas Negeri, 26 Sekolah Tinggi, 9 Akademi Swasta dan 5 Politeknik.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provisnsi Jawa timur jumlah mahasiswa di Kota Malang ditunjukkan pada gambar berikut:

**Gambar 4. 1**  
**Jumlah Mahasiswa Kota Malang Tahun 2019-2020**



*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan data diatas menunjukkan terdapat peningkatan jumlah mahasiswa di Kota Malang dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2020. Peningkatan jumlah mahasiswa di Kota Malang dari tahun 2019-2020 sebanyak 25.791 mahasiswa.

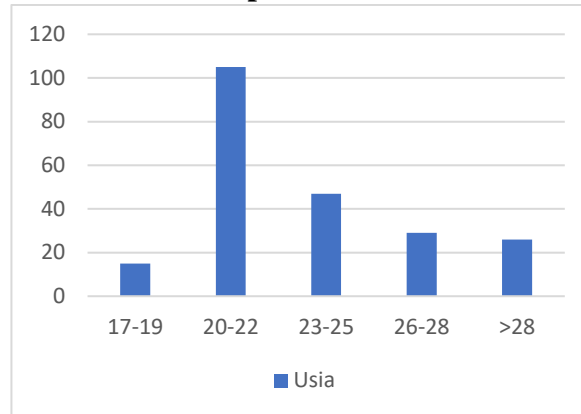
#### **4.1.2 Deskripsi Umum Responden**

Jumlah responden pada penelitian ini adalah 221 orang. Karakteristik responden yang diuraikan pada gambaran umum responden terdiri dari: usia, jenis kelamin, status, perguruan tinggi, jenjang pendidikan, penghasilan, *mobile banking* yang digunakan, lama penggunaan *mobile banking*.

##### **4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada gambar 4.2 berikut:

**Gambar 4. 2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**



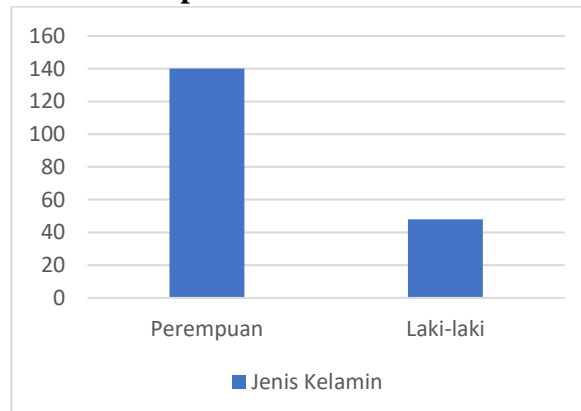
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden mayoritas berusia 20-22 tahun yaitu sebanyak 105 orang.

#### **4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada gambar 4.3 berikut:

**Gambar 4. 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**



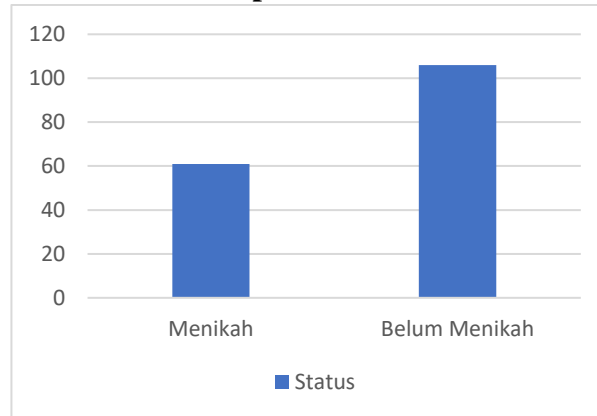
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 140 orang.

#### **4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status**

Karakteristik responden berdasarkan status disajikan pada gambar 4.4 berikut:

**Gambar 4. 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Status**



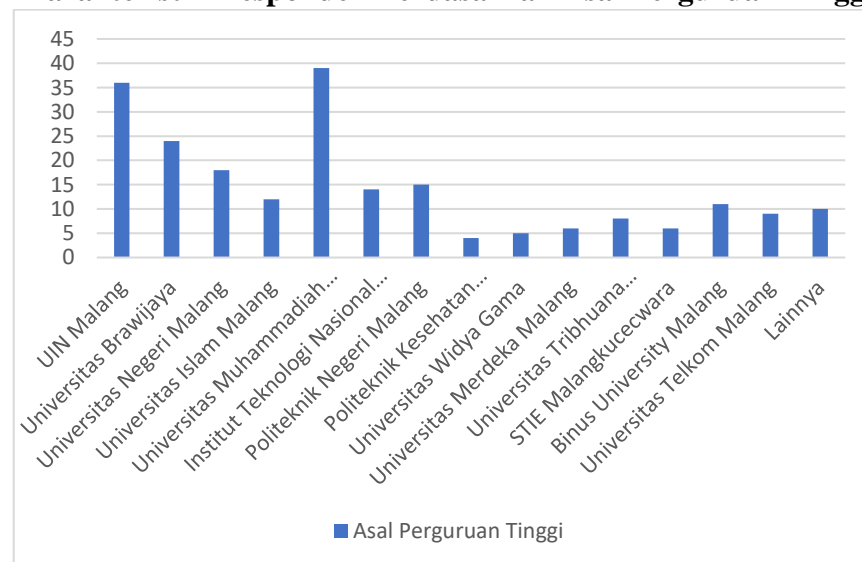
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa mayoritas responden berstatus belum menikah dengan jumlah 105 orang.

#### 4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi

Karakteristik responden berdasarkan asal perguruan tinggi disajikan pada gambar 4.5 berikut:

**Gambar 4. 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Perguruan Tinggi**



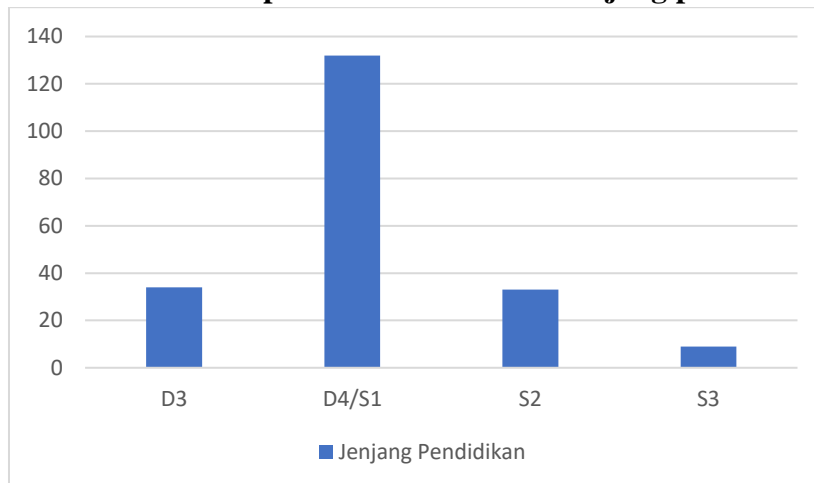
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui mayoritas responden berasal dari perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Malang dengan jumlah 39 orang.

#### 4.1.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan Jenjang Pendidikan disajikan pada gambar 4.6 berikut:

**Gambar 4. 6**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang pendidikan**



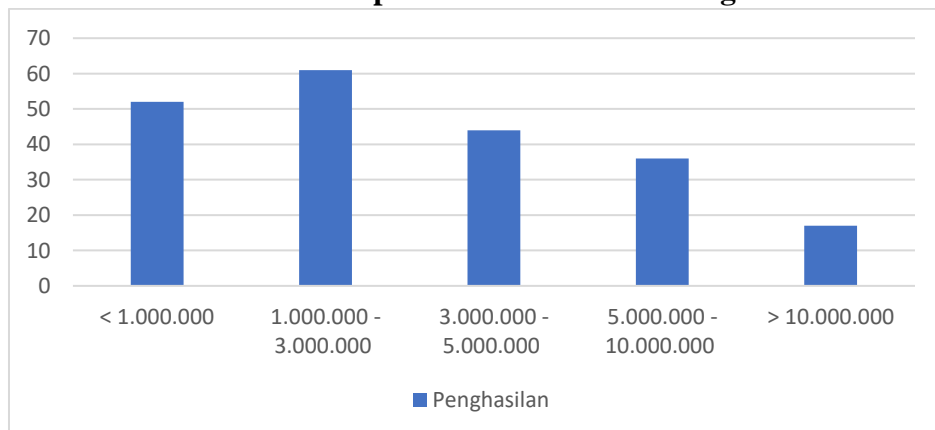
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan gambar 4.6 dapat diketahui mayoritas jenjang pendidikan responden adalah D4/S1 dengan jumlah 132 orang.

#### 4.1.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan disajikan pada gambar 4.7 berikut:

**Gambar 4. 7**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan**



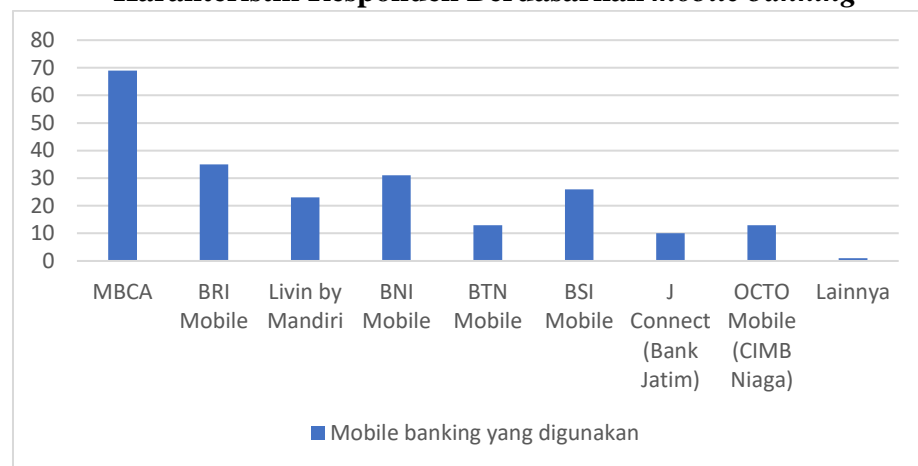
*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan gambar 4.7 dapat diketahui mayoritas responden memiliki penghasilan sebesar Rp. 1.000.000 – 3.000.000 dengan jumlah 61 responden.

#### 4.1.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Mobile Banking yang digunakan

Karakteristik responden berdasarkan *mobile banking* yang digunakan disajikan pada gambar 4.8 berikut:

**Gambar 4. 8**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan *mobile banking***



Sumber: data diolah 2023

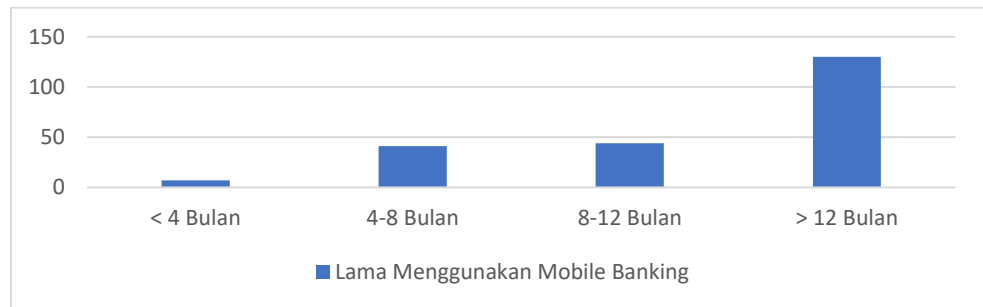
Berdasarkan gambar 4.7 dapat diketahui bahwa mayoritas responden menggunakan MBCA sebagai *mobile banking* dengan jumlah 69 orang.

#### 4.1.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Mobile Banking

Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan *mobile banking* disajikan pada gambar 4.9 berikut:

**Gambar 4. 9**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan *Mobile Banking***





Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan gambar 4.9 dapat diketahui bahwa mayoritas responden telah menggunakan *mobile banking* > 12 bulan dengan jumlah 130 orang.

#### 4.1.3 Distribusi Jawaban Responden

Distribusi variabel jawaban responden terkait kemudahan, keamanan, kepercayaan, gaya hidup dan minat menggunakan adalah sebagai berikut:

##### 4.1.3.1 Variabel Kemudahan

Kemudahan dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 indikator. Data disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 1**  
**Deskripsi Variabel Kemudahan**

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	157	71	58	26.2	5	2.3	1	0.5	221	100
2	X1.2	133	60.2	82	37.1	5	2.3	1	0.5	221	100
3	X1.3	154	69.7	58	26.2	7	3.2	2	0.9	221	100
4	X1.4	154	69.7	60	27.1	6	2.7	1	0.5	221	100
5	X1.5	142	64.3	65	29.4	10	4.5	4	1.8	221	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan mahasiswa merasa *mobile banking* dapat dengan mudah dipelajari (X1.1) menunjukkan distribusi jawaban

0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 2.3% responden menjawab tidak setuju, 26.2% responden menjawab setuju dan 71% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa *mobile banking* dapat dengan mudah dipelajari.

- b. Pernyataan mahasiswa merasa dapat dengan mudah memahami interaksi dalam penggunaan *Mobile banking* (X1.2) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab tidak setuju, 2.3% responden menjawab tidak setuju, 37.1% responden menjawab setuju, dan 60.2% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa dapat dengan mudah memahami interaksi dalam penggunaan *Mobile banking*.
- c. Pernyataan mahasiswa merasa sangat mudah dan flexible saat menggunakan *mobile banking* (X1.3) menunjukkan distribusi jawaban 0.9% responden menjawab sangat tidak setuju, 3.2% responden menjawab tidak setuju, 26.2% responden menjawab setuju dan 69.7% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa sangat mudah dan flexible saat menggunakan *mobile banking*.
- d. Pernyataan mahasiswa merasa *mobile banking* mudah digunakan (X1.4) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 2.7% responden menjawab tidak setuju, 27.1% responden menjawab setuju dan 69.7% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan

data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa *mobile banking* mudah digunakan.

- e. Pernyataan mahasiswa dapat menggunakan *mobile banking* kapanpun dan dimanapun (X1.5) menunjukkan distribusi jawaban 1.8% responden menjawab sangat tidak setuju, 4.5% responden menjawab tidak setuju, 29.4% responden menjawab setuju dan 64.3% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa dapat menggunakan *mobile banking* kapanpun dan dimanapun.

#### 4.1.3.2 Variabel Keamanan

Keamanan dalam penelitian ini diukur menggunakan 4 indikator.

Data disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Deskripsi Variabel Keamanan**

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2.1	115	52	93	42.1	12	5.4	1	0.5	221	100
2	X2.2	102	46.2	101	45.7	18	8.1			221	100
3	X2.3	111	50.2	93	42.1	16	7.2	1	0.5	221	100
4	X2.4	75	33.9	121	54.8	22	10	3	1.4	221	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan mahasiswa menggunakan *mobile banking* karena yakin pihak bank menjamin keamanan data pribadi (X2.1) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 5.4% responden menjawab tidak setuju,

- 42.1% responden menjawab setuju dan 52% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa menggunakan *mobile banking* karena yakin pihak bank menjamin keamanan data pribadi.
- b. Pernyataan mahasiswa yakin *password* dan pin *mobile banking* tidak akan bocor (X2.2) menunjukkan distribusi jawaban 0% responden menjawab sangat tidak setuju, 8.1% responden menjawab tidak setuju, 45.7% responden menjawab setuju dan 46.2% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa yakin *password* dan pin *mobile banking* tidak akan bocor.
  - c. Pernyataan mahasiswa yakin data pribadi tidak dapat dirubah oleh pihak lain (X2.3) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 7.2% responden menjawab tidak setuju, 42.1% responden menjawab setuju dan 50.2% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa yakin data pribadi tidak dapat dirubah oleh pihak lain.
  - d. Pernyataan mahasiswa menggunakan *mobile banking* karena tidak mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (seperti *cybercrime* atau *severdown*) (X2.4) menunjukkan distribusi jawaban 1.4% responden menjawab sangat tidak setuju, 10% responden menjawab tidak setuju, 54.8% responden menjawab setuju dan 33.9% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa menggunakan *mobile banking* karena tidak

mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (seperti *cybercrime* atau *severdown*).

#### 4.1.3.3 Variabel Kepercayaan

Kepercayaan dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 indikator. Data disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 3**  
**Deskripsi Variabel Kepercayaan**

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X3.1	131	59.3	84	38	5	2.3	1	0.5	221	100
2	X3.2	133	60.2	78	35.3	5	2.3	5	2.3	221	100
3	X3.3	123	55.7	94	42.5	3	1.4	1	0.5	221	100
4	X3.4	104	47.1	106	48	10	4.5	1	0.5	221	100
5	X3.5	106	48	94	42.5	20	9	1	0.5	221	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan mahasiswa merasa yakin dan percaya menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan (X3.1) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 2.3% responden menjawab tidak setuju, 38% responden menjawab setuju dan 59.3% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa yakin dan percaya menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan.
- b. Pernyataan mahasiswa percaya transaksi transfer pada *mobile banking* (X3.2) menunjukkan distribusi jawaban 2.3% responden menjawab sangat tidak setuju, 2.3%

responden menjawab tidak setuju, 35.3% responden menjawab setuju dan 60.2% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa percaya transaksi transfer pada *mobile banking*

- c. Pernyataan mahasiswa merasa aman dan nyaman dalam menggunakan *mobile banking* (X3.3) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 1.4% responden menjawab tidak setuju, 42.5% responden menjawab setuju dan 55.7% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa merasa aman dan nyaman dalam menggunakan *mobile banking*.
- d. Pernyataan mahasiswa yakin semua data yang diproses melalui *mobile banking* tidak akan disalah gunakan oleh pihak bank (X3.4) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 4.5% responden menjawab tidak setuju, 48% responden menjawab setuju dan 47.1% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa yakin semua data yang diproses melalui *mobile banking* tidak akan disalah gunakan oleh pihak bank.
- e. Pernyataan mahasiswa tidak merasa khawatir memberikan informasi keuangan saat transaksi menggunakan *mobile banking* (X3.5) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 9% responden menjawab tidak setuju, 42.5%

responden menjawab setuju dan 48% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa tidak merasa khawatir memberikan informasi keuangan saat transaksi menggunakan *mobile banking*.

#### 4.1.3.4 Variabel Gaya hidup

Gaya hidup dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 indikator.

Data disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Deskripsi Variabel Gaya Hidup**

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X4.1	154	69.7	42	19	18	8.1	7	3.2	221	100
2	X4.2	128	57.9	78	35.3	11	5	4	1.8	221	100
3	X4.3	130	58.8	78	35.3	11	5	2	0.9	221	100
4	X4.4	111	50.2	92	41.6	17	7.7	1	0.5	221	100
5	X4.5	117	52.9	92	41.6	11	5	1	0.5	221	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan mahasiswa menggunakan *mobile banking* lebih dari 10 kali dalam 1 bulan (X4.1) menunjukkan distribusi jawaban 3.2% responden menjawab sangat tidak setuju, 8.1% responden menjawab tidak setuju, 19% responden menjawab setuju dan 69.7% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa menggunakan *mobile banking* lebih dari 10 kali dalam 1 bulan.

- b. Pernyataan mahasiswa sangat menyukai *mobile banking* (X4.2) menunjukkan distribusi jawaban 1.8% responden menjawab sangat tidak setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, 35.3% responden menjawab setuju dan 57.9% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa sangat menyukai *mobile banking*.
- c. Pernyataan *mobile banking* sudah sesuai dengan kebutuhan mahasiswa (X4.3) menunjukkan distribusi jawaban 0.9% responden menjawab sangat tidak setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, 35.3% responden menjawab setuju dan 58.8% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa *mobile banking* sudah sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.
- d. Pernyataan menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan percaya diri mahasiswa (X4.4) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 7.7% responden menjawab tidak setuju, 41.6% responden menjawab setuju dan 50.2% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung setuju dengan pernyataan bahwa menggunakan *mobile banking* dapat meningkatkan percaya diri mahasiswa.
- e. Pernyataan *mobile banking* menyediakan segala kebutuhan transaksi mahasiswa (X4.5) menunjukkan distribusi jawaban 0.5% responden menjawab sangat tidak setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, 41.6% responden menjawab setuju dan 52.9% responden



menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa *mobile banking* menyediakan segala kebutuhan transaksi mahasiswa.

#### 4.1.3.5 Variabel Minat Menggunakan

Minat menggunakan dalam penelitian ini diukur menggunakan 3 indikator. Data disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 5**  
**Deskripsi Variabel Minat menggunakan**

No	Indikator	Sangat Setuju		Setuju		Tidak Setuju		Sangat Tidak Setuju		Total	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	141	63.8	67	30.3	11	5	2	0.9	221	100
2	Y.2	113	51.1	91	41.2	15	6.8	2	0.9	221	100
3	Y.3	115	52	92	41.6	11	5	3	1.4	221	100

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan mahasiswa tertarik menggunakan *mobile banking* untuk transaksi sehari-hari (Y.1) menunjukkan distribusi jawaban 0.9% responden menjawab sangat tidak setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, 30.3% responden menjawab setuju dan 63.8% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa tertarik menggunakan *mobile banking* untuk transaksi sehari-hari.
- b. Pernyataan mahasiswa menyukai transaksi menggunakan *mobile banking* dari pada transaksi secara manual (Y.2) menunjukkan distribusi jawaban 0.9% responden menjawab sangat tidak setuju, 6.8% responden menjawab

tidak setuju, 41.2% responden menjawab setuju dan 51.1% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa tertarik menggunakan *mobile banking* untuk transaksi sehari-hari menyukai transaksi menggunakan *mobile banking* dari pada transaksi secara manual.

- c. Pernyataan mahasiswa akan menggunakan *mobile banking* secara terus menerus (Y.3) menunjukkan distribusi jawaban 1.4% responden menjawab sangat tidak setuju, 5% responden menjawab tidak setuju, 41.6% responden menjawab setuju dan 52% responden menjawab sangat setuju. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa responden cenderung sangat setuju dengan pernyataan bahwa mahasiswa akan menggunakan *mobile banking* secara terus menerus.

## 4.2 Uji Instrumen

### 4.2.1 Model Pengukuran

#### 4.2.1.1 Uji Validitas

Menurut Abhimantra et al., (2013) tujuan dari uji validitas yaitu untuk menguji keabsahan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel. Valid atau tidaknya suatu kuesioner dapat diketahui melalui perbandingan antara  $r$  hitung dengan  $r$  tabel. Apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dikatakan valid. Sebaliknya apabila nilai  $r$  hitung  $\leq$   $r$  tabel, maka pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner dikatakan tidak valid (Janti, 2014). Berikut merupakan hasil Uji validitas:

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kemudahan (X1)	X1.1	0,597	0,138	VALID
	X1.2	0,588	0,138	VALID
	X1.3	0,633	0,138	VALID
	X1.4	0,690	0,138	VALID
	X1.5	0,679	0,138	VALID
Keamanan (X2)	X2.1	0,730	0,138	VALID
	X2.2	0,748	0,138	VALID
	X2.3	0,727	0,138	VALID
	X2.4	0,647	0,138	VALID
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,591	0,138	VALID
	X3.2	0,676	0,138	VALID
	X3.3	0,617	0,138	VALID
	X3.4	0,613	0,138	VALID
	X3.5	0,649	0,138	VALID
Gaya Hidup (X4)	X4.1	0,749	0,138	VALID
	X4.2	0,755	0,138	VALID
	X4.3	0,632	0,138	VALID
	X4.4	0,636	0,138	VALID
	X4.5	0,642	0,138	VALID
Minat Menggunakan (Y)	Y.1	0,765	0,138	VALID
	Y.2	0,790	0,138	VALID
	Y.3	0,668	0,138	VALID

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur seluruh

variabel valid dan dapat digunakan dalam penelitian karena  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

#### 4.2.1.2 Uji Reabilitas

Menurut Abhimantra et al., (2013) tujuan dari uji validitas yaitu untuk menguji keabsahan kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel. Reliabel atau tidaknya suatu kuesioner dapat diketahui melalui nilai Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha suatu kuesioner  $> 0,6$  maka dapat dikatakan kuesioner tersebut reliabel. Berikut merupakan hasil uji reabilitas:

**Tabel 4. 7**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Independen**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,634	5	RELIABEL
Keamanan (X2)	0,675	4	RELIABEL
Kepercayaan (X3)	0,619	5	RELIABEL
Gaya Hidup (X4)	0,715	5	RELIABEL

*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel independen adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Reabilitas Variabel Dependen**

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
----------	------------------	------------	------------

Minat Menggunakan	0,797	3	RELIABEL
-------------------	-------	---	----------

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel dependen adalah reliabel karena nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Untuk dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai Signifikansi  $> 0,05$  maka data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai Signifikansi  $< 0,05$  maka data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi tidak normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas:

**Tabel 4. 9**  
**Hasil Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		221	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.94813059	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.040	
	Negative	-.082	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.226	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.093 <sup>c</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.085
		Upper Bound	.100

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

*Sumber: data diolah 2023*

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa uji normalitas dengan menggunakan metode Kolmogorov Smirnov nilai signifikansinya sebesar 0,99 lebih besar dari 0,05 yang artinya data terdistribusi normal.

#### 4.3.2 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji model regresi apakah ditemukan adanya ketidaksamaan variance dari residual tiap data observasi (Primasari, 2018). Untuk mengetahui terjadinya heterokedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen dengan residualnya (Janie, 2012). Pola menyebar dan tidak membentuk pola tertentu pada grafik menunjukkan tidak terjadi gangguan heteroskedastisitas (Abhimantra *et al.*, 2013). Hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut:

**Tabel 4. 10**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.672	.449		5.947	.000
	KEMUDAHAN (X1)	.011	.025	.035	.434	.664
	KEAMANAN (X2)	-.039	.027	-.123	-1.437	.152
	KEPERCAYAAN (X3)	-.030	.028	-.102	-1.080	.281
	GAYA HIDUP (X4)	-.041	.023	-.147	-1.787	.075

a. Dependent Variable: absresid

*Sumber: data diolah 2023*

Dari hasil uji heterokedastisitas pada tabel diatas dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai Sig lebih dari 0,05. Artinya seluruh variabel independen tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

### 4.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan nilai variance inflation factor (VIF) sebesar. Jika nilai VIF kurang dari 0,10 atau toleransi lebih besar dari 10, model dinyatakan bebas multikolinieritas (Abhimantra *et al.*, 2013). Hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.690	.707		.977	.330		
KEMUDAHAN (X1)	.105	.044	.135	2.371	.019	.612	1.634
KEAMANAN (X2)	-.017	.047	-.021	-.355	.723	.559	1.788
KEPERCAYAAN (X3)	.070	.050	.093	1.407	.161	.456	2.192
GAYA HIDUP (X4)	.393	.035	.627	11.188	.000	.636	1.573

a. Dependent Variable: MINAT

Sumber: data diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam data ini. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai  $VIF < 10$ . Sehingga menunjukkan bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel independen dalam model regresi.

## 4.4 Uji Statistik

### 4.4.1 Uji Ttest (parsial)

Uji  $T_{Test}$  (Parsial) digunakan untuk menguji koefisien regresi untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual dalam suatu penelitian (Ratnasari, 2017).

1. Menentukan hipotesis

H1 :  $\beta_1 \neq 0$  ; Kemudahan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobil banking*

H2 :  $\beta_2 \neq 0$  ; Keamanan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H3 :  $\beta_3 \neq 0$  ; Kepercayaan (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

H4 :  $\beta_4 \neq 0$  ; Gaya Hidup (variabel independen) secara individual berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

2. Menentukan t tabel;

Untuk menentukan t tabel dengan cara menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan derajat kepercayaan  $(dk) = \alpha/2, n-k$

Dimana:

n : jumlah data

k : jumlah variabel

3. Pengambilan keputusan

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_{(1,2,3,4)}$  diterima dan  $H_0$  ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan pada setiap variabel independen dengan variabel dependen

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_{(1,2,3,4)}$  ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan pada setiap variabel independen dengan variabel dependen.

Berikut merupakan hasil uji Ttest:

**Tabel 4. 12**  
**Hasil Uji Ttest**



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.690	.707		.977	.330
KEMUDAHAN (X1)	.105	.044	.135	2.371	.019
KEAMANAN (X2)	-.017	.047	-.021	-.355	.723
KEPERCAYAAN (X3)	.070	.050	.093	1.407	.161
GAYA HIDUP (X4)	.393	.035	.627	11.188	.000

a. Dependent Variable: MINAT (Y)

Sumber: data diolah 2023

a) Variabel Kemudahan

Dari hasil regresi pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai variabel kemudahan adalah  $0,019 < 0,05$  atau lebih kecil dari nilai signifikan. Maka  $H_1$  diterima, hal ini menunjukkan variabel minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kemudahan.

b) Variabel Keamanan

Dari hasil regresi pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai variabel kemudahan adalah  $0,723 > 0,05$  atau lebih besar dari nilai signifikan. Maka  $H_2$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan oleh variabel keamanan.

c) Variabel Kepercayaan

Dari hasil regresi pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai variabel kemudahan adalah  $0,161 > 0,05$  atau lebih besar dari nilai signifikan. Maka  $H_3$  ditolak, hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* tidak berpengaruh signifikan oleh variabel kepercayaan.

d) Variabel Gaya Hidup

Dari hasil regresi pada tabel 4.12 diketahui bahwa nilai variabel kemudahan adalah  $0,000 < 0,05$  atau lebih kecil dari nilai signifikan. Maka  $H_4$  diterima hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel gaya hidup.

Dalam pengujian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana:

Y : variabel dependen

$\alpha$  : konstanta

$\beta$  : koefisien regresi

$X_1$  : kemudahan

$X_2$  : keamanan

$X_3$  : kepercayaan

$X_4$  : gaya hidup

e : standar error

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

a) Konstanta

Konstanta memiliki koefisien sebesar 0.690 dimana nilai tersebut mewakili estimasi untuk variabel Minat ketika semua variabel independen (Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan, Gaya Hidup) berada pada nilai nol atau tidak ada pengaruh.

b) Variabel Kemudahan ( $X_1$ )

Kemudahan memiliki Koefisien sebesar 0.105 yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan kemudahan penggunaan *mobile banking* sebesar 1 satuan akan meningkatkan estimasi minat penggunaan sebesar 0.105 unit. Dengan kata lain, semakin mudah pengguna merasa

mengoperasikan layanan mobile banking, semakin besar kemungkinan mereka tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.

c) Variabel Keamanan (X2)

Keamanan memiliki nilai Koefisien sebesar  $-0.017$  menunjukkan bahwa setiap peningkatan dalam persepsi keamanan mobile banking sebesar 1 satuan akan berhubungan dengan penurunan estimasi minat penggunaan sebesar  $0.017$  unit. Ini mungkin menunjukkan bahwa terlalu banyak penekanan pada keamanan dapat berdampak negatif pada minat penggunaan, mungkin karena persepsi bahwa tingkat keamanan yang sangat tinggi bisa membuat penggunaan layanan menjadi lebih rumit atau kurang nyaman.

d) Variabel Kepercayaan (X3)

Kepercayaan memiliki Koefisien sebesar  $0.070$  mengindikasikan bahwa setiap peningkatan dalam tingkat kepercayaan terhadap mobile banking sebesar 1 satuan akan berhubungan dengan peningkatan estimasi minat penggunaan sebesar  $0.070$  unit. Ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan mobile banking secara positif terkait dengan minat penggunaan yang lebih besar.

e) Variabel Gaya Hidup (X4)

Gaya hidup memiliki Koefisien sebesar  $0.393$  menunjukkan bahwa individu dengan gaya hidup yang lebih condong kepada teknologi atau memiliki orientasi yang kuat terhadap penggunaan perangkat digital cenderung memiliki estimasi minat yang lebih tinggi dalam menggunakan layanan mobile banking. Peningkatan gaya hidup sebesar 1 satuan akan berhubungan dengan

peningkatan estimasi minat penggunaan sebesar 0.393 unit. Ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang berorientasi teknologi memiliki dampak yang signifikan pada minat penggunaan mobile banking.

#### 4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui dan menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Purwanto *et al.*, 2021). Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 - 1. Apabila nilai koefisien determinasi semakin rendah, maka kemampuan variabel independen rendah untuk menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, jika koefisien determinasi mendekati satu, maka variabel independent mampu memberikan hampir semua informasi yang diperlukan untuk menjelaskan variabel dependen. (Primasari, 2018).

Adapun rumus dari koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : nilai koefisiensi determinasi

R : nilai koefisiensi korelasi

Berikut merupakan hasil Uji Koefisien Determinasi :

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.561	.95687	.569	71.171	4	216	.000

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber: data diolah 2023

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,569. Dapat dilihat dari hasil pengujian di atas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking*, dipengaruhi oleh variabel kemudahan,

keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup sebesar 56,1%. Sementara 43,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

#### 4.4.3 Uji FTest (Uji secara serempak)

Uji F dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen (Bawono 2006). Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kemudahan, kemanan, kepercayaan, dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking* secara simultan.

##### 1) Menentukan hipotesis

$H_0$ : variabel independen = 0 , kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup (variabel independen) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

$H_a$ : Variabel independen  $\neq 0$  , kemudahan, kemanan, kepercayaan dan gaya hidup (variabel independen) secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

##### 2) Menentukan F tabel

Untuk menentukan F tabel dengan cara menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 5\%$  dan derajat kebebasan (dk) = (n-k) Dimana:

n : jumlah data

k : jumlah variabel

##### 3) Mencari F hitung dengan rumus

$$f = \frac{R / (k - 1)}{(1 - R^2 / (n - k))}$$

Di mana:

$R^2$  : Koefisien determinasi

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah sample

##### 4) Pengambilan keputusan

Jika  $f_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya ada pengaruh signifikan antara kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan

gaya hidup (variabel independen) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (variabel dependen) secara simultan.

Jika  $f_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup (variabel independen) terhadap minat menggunakan *mobile banking* (variabel dependen) secara simultan.

**Tabel 4. 14**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.656	4	65.164	71.171	.000 <sup>a</sup>
	Residual	197.769	216	.916		
	Total	458.425	220			

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, KEAMANAN, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN

b. Dependent Variable: MINAT

Sumber: data diolah 2023

Dari uji F tabel diatas dapat diketahui nilai F hitung adalah 71,171 dengan nilai F tabel sebesar 2,41 ( $F_{hitung} > F_{tabel}$ ) dan nilai Sig 0,000 > 0,05. Maka  $H_a$  diterima, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa minat menggunakan *mobile banking* secara simultan dan signifikan dipengaruhi oleh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup.

## 4.5 Pembahasan

### 4.5.1 Analisis Pengaruh Kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*

Dari hasil uji t diketahui bahwa nilai variabel kemudahan adalah  $0,019 < 0,05$  atau lebih kecil dari nilai signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kemudahan. Sehingga semakin tinggi

kemudahan suatu aplikasi, maka minat seseorang untuk menggunakan mobile banking akan semakin tinggi. Oleh karena itu, variabel kemudahan menjadi faktor yang perlu dipertahankan agar nasabah tetap merasa mudah setiap menggunakan *mobile banking*. Variabel kemudahan dapat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* karena *mobile banking* dapat dengan mudah dipelajari (item 1), *mobile banking* dirasa sangat mudah dan flexibel digunakan (item 3) dan *mobile banking* dapat dengan mudah digunakan (item4) yang mana ketiga item tersebut memiliki tingkat kemudahan yang cukup tinggi dari mahasiswa di Kota Malang sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan. Penelitian ini mendukung hasil temuan yang dilakukan oleh Shodiqin (2021), Mukhtisar et., al (2021) , dan Nisa & Solekah (2022) yang menyatakan bahwa variabel kemudahan mempengaruhi minat seseorang.

Berdasarkan teori *Technology Accepted Model* (TAM) menjelaskan bahwa salah satu indikator yakni kemudahan (*Perceived Easy Of Use*), merupakan suatu kepercayaan (*belief*) bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha sehingga mempengaruhi proses pengambilan keputusan penggunaan teknologi tersebut. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya (Jogiyanto, 2008:115). Persepsi kemudahan pada mobile banking ini dimaksudkan agar pengguna dapat menggunakan layanan yang ada pada sistem dengan mudah dalam mempelajari dan mengaplikasikannya tanpa usaha yang rumit serta waktu dan biaya yang besar. Dengan demikian pengguna akan berminat menggunakan mobile banking dengan senang dan tentunya dengan cara yang mudah.

Pada surat Al- Insyirah: 5-6

يُسْرًا إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ

قَرَّغْتَ فَأَنْصَبْ فَإِذَا

*Artinya: karena sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan.*

Dari ayat tersebut dapat dipahami bahwa ALLAH telah menjanjikan bahwa akan ada kemudahan dari kesulitan yang dirasakan. Jika dihubungkan dengan kemudahan penggunaan *mobile banking* ayat ini sangatlah selaras karena dengan adanya *mobile banking* para mahasiswa dimudahkan melakukan transaksi yang dahulu hanya bisa dilakukan dengan datang langsung ke bank dan saat ini bisa dilakukan hanya menggunakan aplikasi berupa *mobile banking*.

#### **4.5.2 Analisis Pengaruh Keamanan terhadap minat menggunakan mobile banking**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai variabel keamanan adalah  $0,723 > 0,05$  atau lebih besar dari nilai signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel keamanan. Oleh karena itu, variabel keamanan menjadi faktor yang perlu untuk lebih diperhatikan dan ditingkatkan lagi beberapa aspek terlebih pada keyakinan password dan pin *mobile banking* tidak akan bocor (item 2) dan menggunakan *mobile banking* karena tidak mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (item 4). Kedua aspek tersebut memiliki pengaruh paling rendah dari aspek lain pada variabel keamanan.

Variabel keamanan menjadi tidak berpengaruh dapat disebabkan karena beberapa hal yang pertama yaitu belum yakinnya pengguna *mobile banking* akan keamanan password dan pin yang digunakan tidak akan bocor ke pihak yang tidak bertanggung jawab. Kedua, dalam menggunakan *mobile banking* memperhatikan risiko yang bisa saja terjadi dikemudian hari juga harus dipertimbangkan seperti risiko *serverdown* atau *cybercream*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Mukhitsar *et., al* (2021) keamanan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Akan tetapi bertolak



belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Pada penelitian Ni'mah (2022).

Secara teoretis keamanan mencakup kapabilitas untuk menjaga integritas informasi atau data pelanggan dari upaya penipuan dan pencurian dalam konteks layanan perbankan melalui internet. Pelanggan akan merasakan keyakinan dalam kerahasiaan informasi dan dana mereka saat bertransaksi menggunakan layanan perbankan seluler, karena adanya langkah-langkah keamanan yang diterapkan oleh lembaga perbankan pada transaksi daring. Persepsi Keamanan (*Perceived Security*) menjelaskan sejauh mana pengguna percaya bahwa informasi pribadi dan keuangan mereka akan aman saat menggunakan layanan perbankan melalui perangkat seluler Ramadhan, R. (2016). Jika pengguna memiliki keyakinan yang tinggi bahwa layanan tersebut melindungi data mereka dari ancaman keamanan, mereka cenderung lebih percaya untuk menggunakannya.

Dalam penelitian ini menghasilkan bahwa keamanan tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Meskipun keamanan menjadi faktor penting dalam adopsi teknologi, menurut teori TAM menunjukkan bahwa keamanan itu sendiri bukan faktor utama yang mempengaruhi minat pengguna. Namun, keamanan yang dirasakan oleh pengguna dapat memengaruhi persepsi mereka tentang kegunaan dan kemudahan penggunaan layanan tersebut (Purwantini, A. H., & Amalia, R. D., 2021). Jadi, sementara keamanan sendiri mungkin bukan faktor yang dominan, itu masih memiliki dampak dalam membentuk persepsi pengguna terhadap layanan teknologi.

#### **4.5.3 Analisis Pengaruh Kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking**

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai variabel kepercayaan adalah  $0,161 > 0,05$  atau lebih besar dari nilai signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kepercayaan. Oleh karena itu,

variabel kepercayaan juga menjadi faktor yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan lagi beberapa aspek terlebih pada aspek perasaan aman dan nyaman dalam menggunakan *mobile banking* (item 4) dan keyakinan pengguna bahwa semua data yang diproses melalui *mobile banking* tidak akan disalah gunakan oleh pihak bank (item 5). Kedua aspek tersebut memiliki pengaruh yang sangat rendah diantara aspek lainnya.

Variabel kepercayaan menjadi tidak berpengaruh dapat disebabkan yang pertama dari perasaan kurang aman dan kurang nyaman saat transaksi menggunakan *mobile banking*, yang kedua maraknya kebocoran data nasabah menjadi sebuah kekhawatiran dan kurangnya kepercayaan pengguna *mobile banking* pada semua data yang diproses oleh pihak bank. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratnanigrum (2022) dan Nurdin *et. al* (2021) yang menyatakan Kepercayaan memiliki pengaruh positif pada minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Secara teoretis, berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memodelkan bagaimana respon pengguna akan hadirnya teknologi baru, ada beberapa faktor pengguna dalam menggunakan teknologi baru, serta kapan dan bagaimana kegunaan teknologi yang hadir dalam kehidupannya. Dalam hal ini, Kepercayaan merupakan sebuah keyakinan pada diri seseorang yang menyakini bahwa ia akan menemukan sesuatu yang diinginkan pada orang lain atau suatu hal (akbar & Parvez, 2009).

Berdasarkan hasil penelitian, dijelaskan bahwa kepercayaan seseorang tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil yang tidak signifikan ini dapat disebabkan oleh beberapa hal. Pertama, terdapat persepsi umum di antara peserta penelitian bahwa risiko keamanan dalam menggunakan *mobile banking* relatif rendah, sehingga kepercayaan terhadap keamanan tidak dianggap sebagai faktor kritis. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan responden yang masih banyak yang tidak setuju dengan indikator

pernyataan yang digunakan dalam penelitian. Dimana dari 221 responden dengan lima indikator terdapat 9 responden yang menyatakan tidak setuju dan 43 responden menyatakan tidak setuju dengan indikator yang digunakan. Kedua, responden dalam penelitian ini merupakan pengguna mobile banking, artinya pengguna telah merasakan layanan yang diberikan oleh penyedia terhadap pengguna. Sehingga, dengan tingkat pengalaman menggunakan teknologi yang tinggi, mereka mungkin lebih mampu memahami risiko dan cara melindungi diri mereka sendiri dalam lingkungan digital. Hal inilah yang dapat mengurangi dampak kepercayaan dalam pengambilan keputusan mereka.

Pada surat An- Nisa ayat 58

إِنَّ اللَّهَ يُؤْتِيكُمُ الْإِيمَانَ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

*Artinya:*

*Sesungguhnya Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat.*

Pada ayat ini amanah diartikan kepercayaan. Kepercayaan merupakan sebuah kunci utama dalam segala jenis bisnis baik dari lingkungan *online* maupun *offline* dalam lingkungan bisnis. Kepercayaan dibentuk dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses *ijab-qobul*, ada materai, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis selain itu juga diproteksi secara horizontal oleh hukum-hukum disamping proteksi vertikal seperti norma, nilai, dan etika yang dianut para pelaku bisnis. Demikian pula dalam duania online, harmonisasi antar ketiga aspek diatas dipadukan dengan mekanisme pembangunan kepercayaan secara total keseluruhan.

#### 4.5.4 Analisa Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai variabel gaya hidup adalah  $0,000 < 0,05$  atau lebih kecil dari nilai signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat menggunakan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel gaya hidup. Oleh karena itu, variabel gaya hidup menjadi faktor yang perlu dipertahankan dan dapat lebih ditingkatkan lagi agar pengguna *mobile banking*, karena gaya hidup dapat memotivasi pembelian dan akan berdampak pada ketertarikan atau minat menggunakan *mobile banking*.

Variabel gaya hidup dapat berpengaruh terhadap beberapa aspek yaitu penggunaan *mobile banking* lebih dari 10 kali dalam sebulan (item 1) dan *mobile banking* sudah memenuhi kebutuhan para mahasiswa pengguna *mobile banking* di Kota Malang (item 3) yang dimana kedua aspek tersebut memiliki tingkat gaya hidup yang cukup baik menurut mahasiswa pengguna *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningtyas & Witono (2022) dan Nurfikri & Jährizal (2019) yang menyatakan Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan *e-banking*.

Secara teoretis menurut Kotler (2000) *lifestyle* atau gaya hidup merupakan perilaku individu yang diwujudkan dalam bentuk aktivitas, minat dan pandangan individu untuk mengatualisasikan kepribadiannya karena adanya pengaruh interaksi dengan lingkungannya. Gaya hidup yang lebih cenderung bergantung pada teknologi dan penggunaan perangkat digital dapat membuat seseorang lebih terbuka terhadap adopsi teknologi baru seperti *mobile banking*. Individu dengan gaya hidup yang mengutamakan penggunaan teknologi mungkin merasa lebih nyaman dalam menggunakan layanan perbankan melalui perangkat seluler. Sehingga semakin tinggi gaya hidup seseorang akan meningkatkan minat mereka dalam menggunakan *mobile banking*.

Pada surat Yunus: 101

قُلْ انظُرُوا مَاذَا فِي السَّمٰوٰتِ وَالْاَرْضِ يَوْمَ تُغْنِي الْاٰيٰتُ وَالنُّذُرُ عَنْ قَوْمٍ لَا يُؤْمِنُوْنَ

*Artinya: Katakanlah, “Perhatikanlah apa yang ada di langit dan di bumi!” Tidaklah bermanfaat tanda-tanda (kebesaran Allah) dan rasul-rasul yang memberi peringatan bagi orang yang tidak beriman*

Ayat tersebut diartikan bagaimana ALLAH memberikan manfaat pada semua yang ada pada muka bumi. Jika dikaitkan dengan gaya hidup digital, suatu teknologi harus memiliki manfaat dan nilai guna. Pada mahasiswa teknologi adalah sebagai pemenuhan kebutuhan, dan hal ini ditunjukkan dengan aplikasi layanan *mobile banking* yang dapat membantu transaksi perbankan dengan mudah melalui *smartphone*.

#### **4.5.5 Analisis Pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking***

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui nilai F hitung adalah 71,171 dengan nilai F tabel sebesar 2,41 (F hitung > F tabel) dan nilai Sig 0,000 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa minat menggunakan *mobile banking* secara simultan dan signifikan dipengaruhi oleh kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurdin., *et.al* (2021) bahwasannya manfaat, kepercayaan dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking*. Begitupun dengan penelitian Kamila, D. (2022) dengan hasil kemudahan, kepercayaan dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat nasabah menggunakan Sejahtera Mobile pada KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Pandangan.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gaya hidup terhadap minat menggunakan *mobile banking* (studi pada mahasiswa di kota Malang), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji T test, variabel kemudahan (X1) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan yang diberikan oleh pihak perbankan pada layanan *mobile banking*, akan meningkatkan minat penggunaan. Oleh karena itu semakin semakin mudah penggunaan layanan *mobile banking*, maka semakin meningkat juga minat penggunaan *mobile banking*.
2. Berdasarkan hasil uji T test, variabel keamanan (X2) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan yang diberikan oleh pihak perbankan pada layanan *mobile banking* tidak lagi memiliki penilaian lebih pada sistem keamanan digital oleh mahasiswa di Kota Malang. Oleh karena itu, lemah atau kuatnya keamanan yang diberikan pada layanan *mobile banking* tidak dapat mempengaruhi minat menggunakan pada mahasiswa di Kota Malang.
3. Berdasarkan hasil uji T test, variabel kepercayaan (X3) secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang mahasiswa pengguna *mobile banking* di Kota Malang rasakan tidak lagi berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Oleh karena itu rendahnya kepercayaan yang dirasakan pada mahasiswa tidak mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*.

4. Berdasarkan hasil uji T test, variabel gaya hidup (X4) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital pada mahasiswa di Kota Malang mampu membentuk pandangan yang baik terhadap layanan perbankan berupa *mobile banking* sehingga berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu semakin tinggi kebutuhan gaya hidup mahasiswa di Kota Malang terhadap penggunaan *mobile banking*, maka semakin meningkat pula minat penggunaan *mobile banking*.
5. Berdasarkan hasil uji F test, variabel kemudahan, keamanan, kepercayaan, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang. Maka dengan ditingkatkannya aspek kemudahan, keamanan, kepercayaan dan gaya hidup secara bersama-sama akan semakin mendorong minat menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa di Kota Malang.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti dapat memeberikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan yang bersangkutan ataupun pihak lainnya yang membutuhkan. Berikut merupakan saran dari peneliti:

1. Bagi pihak perbankan

Pihak perbankan dengan semakin majunya teknologi diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan perbankan terutama layanan *mobile banking* dan fasilitas lainnya dengan memperhatikan aspek keamanan dan kepercayaan yang masih rendah untuk menjadi salah satu aspek untuk menarik minat menggunakan *mobile banking*. Dan diharapkan untuk terus mempertahankan atau dapat meningkatkan aspek kemudahan dan pemenuhan gaya hidup untuk meningkatkan minat menggunakan *mobile banking*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan memperluas objek penelitian dengan menambah sampel penelitian dengan tidak hanya mahasiswa pengguna *mobile banking* di Kota Malang. Harapan bagi peneliti selanjutnya khususnya dalam kajian yang sama, penelitian ini dapat dijadikan bahan evaluasi dan juga dapat menambahkan variabel atau item yang mungkin memiliki dampak lebih besar terhadap minat mahasiswa sehingga penelitian selanjutnya dapat lebih baik dari penelitian sebelumnya dikarenakan penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan yang perlu untuk diperbaiki kedepannya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Aswaja Pressindo. Aswaja Pressindo.
- Abhimantra, A., Maulina, A. R., & Agustianingsih, E. (2013). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nasabah (mahasiswa) Dalam Memilih Menabung Pada Bank Syariah. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Teknik Sipil)*, 46(3), 27–29.
- Akbar, M. M., & Parvez, N. (2009). Impact of Service Quality, Trust, and Customer. *ABAC Journal*, 29(1), 24–38.
- Apriyani, N., & Suharti, S. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Ulang Pengguna Smartphone Xiaomi. *Manajemen Dewantara*, 1(1), 21–34.
- Bimo, W. (2004). Pengantar psikologi Umum. Penerbit Andi.
- Budi Raharjo, *Keamanan Sistem Informasi Berbasis Internet*, (Jakarta: PT Insan Indonesia, 2005), hal. 2
- Cahyaningtyas, A. W., & Witono, B. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Risiko, dan Lifestyle Terhadap Minat Dalam Menggunakan Layanan E-Banking. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 149-159.
- Casalo, L.V., Flavian, C. and Guinaliu, M., (2007), “The role of security, privacy, usability and reputation in the development of online banking”, *Online Information Review*, 31(5), pp. 583-603.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–339.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.

- Fatmawati, N. (2020). Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 29(1), 29–38.
- Febriani, E. W. (2020). **Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile banking* Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung)**. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung.
- Hadi, S. & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan *Mobile banking*. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*. 5(1).
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)* by Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson (z-lib.org).pdf (p. 761).
- Janie, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan Spss. Semarang University Press.
- Janti, S. (2014). Analisis Validitas dan Reabilitas Dengan Skala Likert Terhadap Pengembangan SI/TI Dalam Penentuan Pengambilan Keputusan Penerapan *Strategic Planing* Pada Industri Garmen. Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi, November, 211–216.
- Jaya, N. F. (2021). **Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening***. Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Jogiyanto. (2007). Sistem Informasi Keperilakuan (Ed. Revisi). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Kamila, D. 2022. **Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Terhadap Niat Nasabah dalam Menggunakan**

**Sejahtera Mobile.** Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- Kholid, F. I., & Soemarso, E. D. (2019). Analisis Pengaruh Keamanan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Nasabah dan Kebermanfaatan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada PT Bank BNI Syariah KCP Magelang. *Jurnal Sains Ekonomi dan Perbankan Syariah: Journal Science of Economic and Shariah Banking*, 8(2), 49-57.
- Lau, Geok Theng dan Lee, Sook Han. 1999. "Customer' Trust in Brand and The Link to Bank Loyalty", *Journal of Market Focused Management*, 4(4): pp. 341-370.
- Lee, 2009. *Pengantar Manajemen*. Salemba Empat: Jakarta.
- Lestari, N. R., & Rachmat, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Internet Banking Nasabah Bank Bri Di Surabaya. *Journal of Business & Banking*, 8(1).
- Morgan, R. M., & Hunt, S. (1994). The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56-72.
- Ni'mah, A. N. (2022). **Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, dan Pengetahuan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile banking* Syariah pada Mahasiswa Di Kudus.** Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus.
- Nisa, F., Rozza, S., & Muchtar, A. M. (2020). *Peran Public Relations, Kepercayaan, dan Persepsi Kemudahan Dalam Mendorong Minat Bertransaksi Menggunakan *Mobile banking** (Studi

- Kasus Pengguna *Mobile banking* BNI Syariah di Kota Depok). *Account*, 7(1), 1259–1268.
- Nisa, U. K., dan Solekah, N. A. 2022. The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust. *Iqtishoduna*, Vol. 18 (1): pp 35-50
- Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bacmid, & Abdul Jalil. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1), 30–45.
- Nurfikri, A., & Jahrizal. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Teknologi Terhadap Sikap 94 dan Keputusan Penggunaan Kartu Kredit Pada Bank Negara Indonesia Cabang Kota Pekanbaru. *Tepak Manajemen Bisnis*, XI(2), 242–257.
- Pambudi, B. S. (2014). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking (Studi pada Program Layanan Internet Banking BRI). *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Panigoro, A., Rahayu, A., & Rahayu, V. (2018). Analisis E-lifestyle dan E-Word Of Mouth terhadap Repurchase Intention Secara Online ( Survei pada pelanggan produk fashion online Berrybenka di Fan Page Instagram). *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 9, 1.
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137.
- Pranoto dan Setianegara, “Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah

Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran),” 3.

- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2021). Analisis Data Penelitian Manajemen Pendidikan : Perbandingan Hasil antara Amos , SmartPLS , WarpPLS , dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Kecil. 01, 111–122.
- Ratnaningrum, D. (2022). **Pengaruh Manfaat, Kesesuaian, Keuntungan, Risiko, Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Menggunakan Mobile banking Bank Syariah Indonesia.** Universitas Islam Indonesia.
- Ratnasari, A. D. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Bisnis Online Shop Di Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 122–134.
- Rita, R., & Fitria, M. H. (2021). Analisis Faktor-Faktor UTAUT dan Trust Terhadap Behavioral Intention Pengguna BNI *Mobile banking* Pada Pekerja Migran Indonesia. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 926–939.
- Rosyid, M. I., Ariyanty, M., & Kusumahadi, K. (2019). Pengaruh E-Servqual Dan Kepuasan Pengguna *Mobile banking* (M-Banking) Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Bca Di Bandung the Effect of E-Servqual and Satisfaction of *Mobile banking* (M-Banking) Towards Customer Loyalty in Bca Bank in Bandung. 6(3), 5557.
- Sampoerno, A. E., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh *Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance* Terhadap *Financial Management Behavior* Pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3).

- Sharma, S. K., Govindaluri, S. M., Muharrami, S. M., & Tarhini, A. (2017). A multianalytical model for *Mobile banking* adoption: a developing country perspective. *Review of International Business and Strategy*, 27(1), 133–148.
- Shodiqin, M. (2021). **Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *mobile banking* dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening***. Institut Agama Islam Islam Negeri (IAIN) Salatiga.
- Slameto. (2010). Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Rineka Cipta.
- Sudaryanti, D. S., Sahroni, N., & Kurniawati, A. (2018). Analisa Pengaruh *Mobile banking* Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(2), 96–107
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D/Sugiyono. *Bandung: Alfabeta*, 15(2010).
- Sulisrudatin, N. (2018). Analisa Kasus Cybercrime Bidang Perbankan Berupa Modus Pencurian Data Kartu Kredit. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 9(1).
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan *Mobile banking*. Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS, 25, 671–688.
- Tirtana, I., & Sari, P. S. (2014). Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan

*Mobile banking. Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Paper Program Studi Akuntansi-FEB UMS, 25, 671–688.*

Warayuanti, W., & Suyanto, A. (2015). The Influence of Lifestyles and Consumers Attitudes on Product Purchasing Decision via Online Shopping in Indonesia. *European Journal of Business and Management, 7*(8), 74–80.

Wulandari, N. P., & Moeliono, N. N. K. (2017). Analisis FaktorFaktor Penggunaan Layanan *Mobile banking* Di Bandung. *Bisnis Dan Iptek, X*(2).

Yu, P. L., Balaji, M. S., & Khong, K. W. (2015). Building trust in internet banking: a trustworthiness perspective. *Industrial Management & Data Systems, 115*(2), 235–252.

Zakiyyah, A. (2020). **Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Go-Pay.** Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Wulandari, S., & Novitasari, N. (2021). Pengaruh Internet Banking, RisikoKredit dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perbankan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, 4*(1).

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

#### I. Data Responden

1. Perguruan Tinggi :
2. No Hp/Email:.....
3. Jenis Kelamin: Pria Wanita
4. Status: Menikah Belum Menikah
5. Usia : 17-25 Tahun 41-50 Tahun  
26-30 Tahun  >50 Tahun  
31-40 Tahun
6. Pengeluaran /bulan : 1.000.000-3.000.000  
3.000.000 -5.000.000  
5.000.000 – 10.000.000  
 >10.000.000
7. Lama Menggunakan Mobile banking  
 > 1 Bulan  3-12 Bulan  
 1-3 Bulan  >1 Tahun

#### II. Petunjuk Pengisian

Pilih jawaban anda dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Tidak Setuju (TS)
4. Sangat Tidak Setuju (STS)

#### III. Tabel Kuesioner

NO	Kemudahan ( $X_1$ )	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa <i>mobile banking</i> dapat dengan mudah dipelajari				
2	Saya merasa dapat dengan mudah memahami interaksi dalam penggunaan <i>Mobile banking</i>				



3	Saya merasa sangat mudah dan flexible saat menggunakan <i>mobile banking</i>				
4	Saya merasa <i>mobile banking</i> mudah digunakan				
5	Saya dapat menggunakan <i>mobile banking</i> kapanpun dan dimanapun				
<b>Keamanan (X2)</b>					
1	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena yakin pihak bank menjamin keamanan data pribadi				
2	Saya yakin <i>password</i> dan pin <i>mobile banking</i> tidak akan bocor				
3	Saya yakin data pribadi tidak dapat dirubah oleh pihak lain				
4	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena mempertimbangkan risiko yang akan terjadi (seperti <i>cybercrime</i> atau <i>severdown</i> ) sangat kecil				
<b>Kepercayaan (X3)</b>					
1	Saya merasa yakin dan percaya menggunakan <i>mobile banking</i> dalam melakukan transaksi perbankan				
2	Saya percaya transaksi transfer pada <i>mobile banking</i>				
3	Saya merasa aman dan nyaman dalam menggunakan <i>mobile banking</i>				
4	Saya yakin semua data yang diproses melalui <i>mobile banking</i> tidak akan disalah gunakan oleh pihak bank				
5	Saya tidak merasa khawatir memberikan informasi keuangan saat transaksi menggunakan <i>mobile banking</i>				
<b>Gaya Hidup (X4)</b>					
1	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> lebih dari 5 kali dalam 1 bulan				
2	Saya sangat menyukai <i>mobile banking</i>				





63	4	4	4	4	4	3	3	3	3
64	3	3	3	1	1	4	3	3	2
65	4	3	4	3	4	2	2	3	3
66	4	4	2	4	2	4	4	4	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	3	4	4	4	4	4	4	3
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	3	4	4	3	3
72	4	4	4	4	3	4	4	4	3
73	3	3	4	3	4	3	3	3	3
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	3	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4	2
78	4	4	4	4	4	4	3	3	3
79	4	4	4	4	4	4	3	4	3
80	4	3	3	3	3	3	3	3	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	2	4	2	3	3	3	3
84	3	3	3	3	4	3	3	3	3
85	4	4	4	4	4	3	3	4	3
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3
87	1	2	1	2	1	1	2	2	2
88	4	3	3	4	2	3	3	3	3
89	3	3	3	4	4	2	2	4	4
90	4	4	4	4	4	3	3	3	3
91	3	4	4	4	4	3	3	3	2
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3
94	4	4	4	3	4	4	3	4	3
95	4	4	3	4	4	3	3	2	2
96	4	4	4	4	4	3	3	3	3
97	4	4	4	4	4	4	3	3	3
98	2	3	4	3	3	4	2	1	4
99	3	3	3	4	4	2	2	2	4
100	2	3	1	3	4	3	2	3	2
101	4	1	2	3	2	3	4	3	1
102	3	3	3	4	4	3	3	4	3
103	4	4	3	3	1	3	2	3	1
104	3	4	4	3	1	2	3	2	3

105	4	2	2	2	3	4	3	4	4
106	3	3	4	4	4	4	3	4	3
107	3	3	4	4	3	3	2	2	1
108	3	4	4	4	4	3	3	4	3
109	3	4	3	3	4	3	3	3	4
110	4	4	4	4	4	4	4	2	2
111	4	3	4	4	3	4	3	3	2
112	4	4	4	4	4	3	3	3	3
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	3	3	3	3	2	3	3	3	3
115	3	3	4	3	3	4	3	3	4
116	4	4	4	4	4	3	4	4	3
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	3	4	3
119	4	4	4	4	4	3	2	3	4
120	4	3	4	4	2	4	3	4	4
121	4	4	4	4	4	3	3	3	3
122	3	4	4	3	3	3	4	4	3
123	4	4	3	4	3	4	3	3	3
124	3	3	3	4	4	3	4	4	3
125	3	3	4	4	3	4	4	3	4
126	4	3	4	4	4	3	4	4	3
127	4	4	4	3	4	3	4	4	3
128	4	3	4	4	4	3	3	4	4
129	4	3	4	4	3	4	4	4	3
130	4	4	4	3	3	4	3	4	3
131	4	3	4	4	4	3	3	3	4
132	4	4	3	4	3	3	4	4	3
133	4	3	4	4	3	4	4	4	3
134	3	4	4	4	3	4	4	3	4
135	4	4	3	4	4	4	3	4	4
136	4	3	3	4	3	4	3	4	4
137	3	4	4	4	3	4	4	4	3
138	4	4	3	3	4	3	4	4	3
139	4	3	4	4	3	4	4	3	4
140	3	3	4	3	3	4	4	4	3
141	3	4	3	4	4	3	3	3	4
142	4	4	4	3	4	3	3	4	4
143	4	3	4	4	4	3	4	4	3
144	4	4	3	4	4	3	4	4	3
145	4	4	4	4	3	3	4	4	4
146	3	4	3	4	4	3	4	4	3

147	4	3	4	4	4	4	4	3	4
148	4	3	4	4	4	3	3	4	3
149	3	3	4	3	3	4	4	4	4
150	3	4	4	4	4	3	4	4	3
151	3	4	4	4	3	4	3	3	4
152	4	4	4	3	3	3	4	4	3
153	4	3	4	4	4	4	3	4	4
154	4	3	3	3	4	3	3	3	4
155	3	4	4	4	3	4	4	4	3
156	4	4	3	3	3	4	4	3	3
157	4	4	4	3	3	4	3	3	3
158	4	4	4	3	3	3	3	4	3
159	3	4	3	3	4	4	3	3	3
160	3	3	4	4	4	3	3	3	4
161	4	4	4	3	4	4	4	4	3
162	3	3	4	3	3	4	4	3	3
163	4	4	4	3	3	3	4	3	3
164	4	4	3	4	4	4	4	3	4
165	3	3	3	4	4	4	3	3	3
166	4	3	3	4	4	3	3	4	3
167	4	3	4	4	4	3	4	3	4
168	4	3	3	4	4	4	3	3	3
169	4	3	4	4	4	3	4	4	4
170	4	3	4	3	3	4	4	3	3
171	4	4	3	3	4	4	4	4	3
172	4	3	3	3	4	4	4	4	3
173	3	4	4	4	3	3	3	3	4
174	4	4	4	3	3	4	4	4	3
175	3	4	4	4	3	4	4	3	4
176	4	3	4	4	4	3	3	4	3
177	4	4	4	3	3	3	4	4	3
178	4	4	3	4	4	4	4	3	3
179	3	4	4	3	4	4	4	4	4
180	3	3	4	4	3	4	4	4	3
181	4	3	3	4	4	4	4	3	4
182	3	3	4	4	4	4	3	3	3
183	3	4	4	3	4	3	4	4	3
184	4	4	3	3	3	4	4	3	4
185	4	3	4	4	4	3	4	4	3
186	4	4	3	3	3	3	4	4	3
187	3	3	4	3	4	4	4	4	3
188	4	4	4	3	4	4	4	4	3

189	4	3	4	4	4	3	3	3	4
190	4	4	4	3	3	4	4	3	4
191	4	4	3	3	4	4	3	3	3
192	3	3	4	4	4	4	3	4	4
193	4	3	4	4	4	4	3	4	4
194	4	3	4	4	3	4	4	4	3
195	4	4	4	3	4	3	3	3	4
196	4	4	3	4	4	4	3	4	3
197	2	2	4	3	3	2	2	4	3
198	4	3	2	2	3	4	3	2	2
199	4	3	4	3	2	4	3	4	4
200	4	4	3	3	3	4	3	4	4
201	3	4	3	4	3	4	4	4	3
202	4	3	4	4	4	4	3	3	3
203	4	4	3	4	4	4	4	4	3
204	2	2	4	4	4	2	2	4	4
205	4	4	2	2	3	3	3	2	2
206	3	4	4	4	2	4	4	3	3
207	4	3	4	4	4	4	3	3	3
208	4	4	4	3	3	4	4	4	3
209	4	4	3	4	3	4	4	3	3
210	4	4	3	3	4	4	4	3	4
211	4	4	3	3	3	4	4	4	3
212	4	4	3	4	4	3	3	3	4
213	3	4	3	4	4	4	3	4	3
214	4	3	4	4	4	4	4	3	3
215	4	4	4	3	4	4	4	4	3
216	4	3	4	4	4	4	4	3	3
217	2	2	4	3	4	2	2	4	3
218	4	3	2	2	3	3	3	2	2
219	4	4	3	3	2	4	3	4	4
220	3	4	3	4	4	4	4	4	3
221	3	4	4	4	3	4	4	4	3

**Kepercayaan (X3)**

**Gaya Hidup (X4)**

No	Kepercayaan (X3)					Gaya Hidup (X4)				
	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5
1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2
5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
6	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3





49	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3
50	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
52	3	2	3	2	1	4	3	3	2	3
53	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
54	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
55	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
57	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4
58	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
60	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
61	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	1	1	2	1	2
64	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2
65	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3
66	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4
71	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3
72	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
73	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3
74	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4
78	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
79	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
80	4	3	3	3	3	1	2	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
84	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
85	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
86	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
87	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
88	3	3	3	3	3	1	2	2	2	3
89	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3
90	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3

91	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
92	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
93	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3
94	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4
95	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
96	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4
97	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
98	3	1	3	1	3	4	3	3	3	2
99	3	3	4	3	4	3	2	4	2	3
100	3	1	3	4	2	3	1	1	3	4
101	3	1	4	3	2	3	1	1	3	3
102	1	4	4	4	4	1	1	4	3	2
103	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3
104	3	1	3	4	4	4	4	2	4	4
105	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2
106	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3
107	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
108	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
109	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
110	4	4	4	2	2	4	4	4	4	3
111	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4
112	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
115	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3
116	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
119	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4
120	3	4	4	4	3	1	2	2	3	2
121	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4
122	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
123	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
124	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
125	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4
126	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
127	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
128	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
129	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
130	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
131	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
132	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3

133	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3
134	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4
135	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
136	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3
137	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
138	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
139	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3
140	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
141	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
142	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3
143	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
144	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
145	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4
146	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
147	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
148	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
149	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3
150	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
151	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4
152	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4
153	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
154	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
155	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
156	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
157	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3
158	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3
159	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
160	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
161	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
162	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
163	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
164	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
165	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
166	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
167	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
168	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4
169	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
170	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
171	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
172	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
173	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3
174	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3

175	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3
176	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
177	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3
178	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4
179	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
180	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
181	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
182	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
183	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
184	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
185	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3
186	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
187	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
188	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4
189	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
190	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4
191	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
192	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
193	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
194	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
195	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
196	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
197	2	2	4	3	4	2	2	4	3	4
198	4	4	2	2	3	4	3	2	2	4
199	4	3	3	3	2	4	4	3	3	2
200	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
201	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4
202	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
203	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
204	2	2	3	4	3	2	2	4	4	3
205	3	3	2	2	4	3	4	2	2	3
206	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2
207	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
208	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
209	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
210	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
211	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
212	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4
213	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
214	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
215	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3
216	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3

217	2	2	4	4	3	2	2	4	4	3
218	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4
219	4	4	3	3	2	4	3	4	4	2
220	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
221	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4

**MINAT MENGGUNAKAN (Y)**

No	Y_1	Y_2	Y_3
1	3	3	3
2	4	4	4
3	4	4	4
4	4	2	3
5	4	4	3
6	4	4	4
7	4	4	4
8	4	4	4
9	4	3	3
10	4	3	3
11	4	4	4
12	4	3	3
13	3	3	3
14	4	3	3
15	3	3	3
16	4	4	4
17	4	4	4
18	2	2	3
19	4	4	4
20	4	3	4
21	4	3	3
22	4	4	4
23	4	3	3
24	3	3	3
25	4	3	4
26	4	4	4
27	4	3	4
28	3	4	3
29	4	4	4
30	3	4	4
31	4	4	4
32	4	4	4
33	4	4	4
34	4	4	3

35	3	3	3
36	3	4	4
37	3	2	1
38	3	3	2
39	3	2	2
40	4	3	3
41	4	4	4
42	4	4	4
43	4	4	4
44	4	4	4
45	3	4	3
46	4	4	4
47	4	4	4
48	4	4	4
49	4	3	3
50	4	4	3
51	4	4	4
52	4	4	3
53	4	4	4
54	4	3	3
55	4	4	4
56	3	3	3
57	4	4	4
58	4	4	4
59	4	4	4
60	4	4	3
61	4	4	3
62	4	4	4
63	2	2	1
64	3	3	3
65	4	3	4
66	4	4	4
67	4	4	4
68	4	4	3
69	4	4	4
70	4	4	4
71	4	4	4
72	4	4	4
73	4	3	2
74	3	3	3
75	4	4	4
76	4	4	4

77	4	2	4
78	4	4	4
79	4	3	3
80	2	3	2
81	4	4	4
82	4	4	3
83	4	4	4
84	3	3	3
85	4	3	4
86	2	2	3
87	1	1	2
88	2	2	2
89	3	3	3
90	4	4	3
91	3	3	3
92	4	4	4
93	3	3	3
94	4	4	4
95	4	3	4
96	2	4	3
97	4	4	3
98	3	3	3
99	4	4	1
100	3	2	2
101	2	1	3
102	2	3	4
103	3	3	4
104	3	3	3
105	1	3	3
106	3	4	4
107	3	2	4
108	3	2	4
109	4	4	4
110	4	3	3
111	4	4	4
112	4	4	4
113	4	4	4
114	3	3	3
115	4	4	3
116	4	4	4
117	4	4	4
118	4	4	3

119	4	4	4
120	3	2	2
121	4	3	4
122	3	4	4
123	4	4	3
124	4	4	3
125	3	4	4
126	3	3	3
127	3	3	4
128	3	3	4
129	4	3	4
130	3	3	4
131	3	4	3
132	4	4	3
133	3	4	4
134	4	4	3
135	3	3	4
136	4	4	3
137	4	4	3
138	3	3	4
139	4	4	3
140	4	4	3
141	3	4	3
142	4	3	4
143	4	4	3
144	3	4	4
145	3	3	3
146	4	4	3
147	4	3	4
148	4	3	4
149	4	3	3
150	4	3	4
151	4	3	4
152	4	3	3
153	4	3	3
154	3	3	4
155	3	4	4
156	4	4	3
157	3	4	3
158	3	3	3
159	3	4	3
160	4	4	3



161	3	3	4
162	3	3	3
163	3	3	4
164	3	3	3
165	3	4	3
166	3	4	4
167	3	3	4
168	3	4	4
169	4	4	3
170	4	4	3
171	4	3	3
172	4	3	4
173	4	3	4
174	3	3	4
175	4	4	3
176	4	4	3
177	4	4	3
178	3	4	4
179	4	3	4
180	3	3	4
181	4	3	4
182	4	4	3
183	3	4	3
184	4	3	3
185	4	3	3
186	4	4	3
187	3	3	3
188	4	3	4
189	4	4	3
190	4	3	4
191	4	4	3
192	3	3	4
193	4	3	4
194	4	3	3
195	4	3	4
196	4	3	3
197	2	2	4
198	4	4	2
199	4	3	4
200	4	3	4
201	4	4	3
202	3	3	4

203	4	3	4
204	2	2	4
205	4	3	2
206	4	3	4
207	4	3	4
208	4	3	3
209	4	3	3
210	3	3	3
211	3	4	4
212	3	4	3
213	4	4	4
214	4	4	4
215	3	4	4
216	3	4	4
217	2	2	4
218	4	4	2
219	4	4	4
220	4	3	4
221	3	3	4

### Lampiran 3. Hasil Output SPSS

#### 1. Uji Validitas

##### X1

		Correlations					
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	TOTAL_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.380**	.185**	.211**	.199**	.597**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.002	.003	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X1_2	Pearson Correlation	.380**	1	.157*	.229**	.160*	.588**
	Sig. (2-tailed)	.000		.020	.001	.017	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X1_3	Pearson Correlation	.185**	.157*	1	.369**	.297**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.006	.020		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X1_4	Pearson Correlation	.211**	.229**	.369**	1	.406**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X1_5	Pearson Correlation	.199**	.160*	.297**	.406**	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	.003	.017	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221	221	221
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.597**	.588**	.633**	.690**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221	221	221

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

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

##### X2

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	TOTAL_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.528**	.311**	.268**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	221	221	221	221	221
X2_2	Pearson Correlation	.528**	1	.419**	.205**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000
	N	221	221	221	221	221
X2_3	Pearson Correlation	.311**	.419**	1	.338**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221	221
X2_4	Pearson Correlation	.268**	.205**	.338**	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	221	221	221	221	221
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.730**	.748**	.727**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221	221

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

##### X3

**Correlations**

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.389**	.230**	.085	.203**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.207	.002	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X3_2	Pearson Correlation	.389**	1	.313**	.194**	.198**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.003	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X3_3	Pearson Correlation	.230**	.313**	1	.272**	.199**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.003	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X3_4	Pearson Correlation	.085	.194**	.272**	1	.374**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.207	.004	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X3_5	Pearson Correlation	.203**	.198**	.199**	.374**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.002	.003	.003	.000		.000
	N	221	221	221	221	221	221
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.591**	.676**	.617**	.613**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221	221	221

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

**X4**

**Correlations**

		X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	TOTAL_X4
X4_1	Pearson Correlation	1	.542**	.262**	.289**	.368**	.749**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X4_2	Pearson Correlation	.542**	1	.371**	.325**	.313**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X4_3	Pearson Correlation	.262**	.371**	1	.297**	.278**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X4_4	Pearson Correlation	.289**	.325**	.297**	1	.291**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221	221	221
X4_5	Pearson Correlation	.368**	.313**	.278**	.291**	1	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	221	221	221	221	221	221
TOTAL_X4	Pearson Correlation	.749**	.755**	.632**	.636**	.642**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221	221	221

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

**Y**

**Correlations**

		Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.494**	.220**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	221	221	221	221
Y_2	Pearson Correlation	.494**	1	.255**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	221	221	221	221
Y_3	Pearson Correlation	.220**	.255**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	221	221	221	221
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.765**	.790**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	221	221	221	221

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

**2. Uji Reabilitas**

**X1**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	5

**X2**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4

**X3**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.619	5

**X4**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	5

**Y**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	3

### 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual	
N			221	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000	
	Std. Deviation		.94813059	
Most Extreme Differences	Absolute		.082	
	Positive		.040	
	Negative		-.082	
Kolmogorov-Smirnov Z			1.226	
Asymp. Sig. (2-tailed)			.099	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.093 <sup>c</sup>	
		99% Confidence Interval	Lower Bound	.085
			Upper Bound	.100

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

### 4. Uji Heterokedastisitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
				Beta		
1	(Constant)	2.672	.449		5.947	.000
	TOTAL_X1	.011	.025	.035	.434	.664
	TOTAL_X2	-.039	.027	-.123	-1.437	.152
	TOTAL_X3	-.030	.028	-.102	-1.080	.281
	TOTAL_X4	-.041	.023	-.147	-1.787	.075

a. Dependent Variable: absresid

## 5. Uji Multikolineritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	.690	.707				.977
TOTAL_X1	.105	.044	.135	2.371	.019	.612	1.634
TOTAL_X2	-.017	.047	-.021	-.355	.723	.559	1.788
TOTAL_X3	.070	.050	.093	1.407	.161	.456	2.192
TOTAL_X4	.393	.035	.627	11.188	.000	.636	1.573

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

## 6. Uji T

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	.690	.707		
TOTAL_X1	.105	.044	.135	2.371	.019
TOTAL_X2	-.017	.047	-.021	-.355	.723
TOTAL_X3	.070	.050	.093	1.407	.161
TOTAL_X4	.393	.035	.627	11.188	.000

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

## 7. Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	260.656	4	65.164	71.171	.000 <sup>a</sup>
	Residual	197.769	216	.916		
	Total	458.425	220			

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X4, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1, TOTAL\_X3

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y

## 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.754 <sup>a</sup>	.569	.561	.95687	.569	71.171	4	216	.000

a. Predictors: (Constant), TOTAL\_X4, TOTAL\_X2, TOTAL\_X1, TOTAL\_X3

b. Dependent Variable: TOTAL\_Y



#### **Lampiran 4. Biodata Penulis**

##### **biodata Peneliti**

Nama Lengkap : Rabikhatus Tsania  
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 18 April 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Joyo Grand blok JJ no 2 RT 02, RW 09,  
Kelurahan Merjosari, Kecamatan  
Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur  
Nomor Telpon : 081232214492  
Email : [rabikhatustsania@gmail.com](mailto:rabikhatustsania@gmail.com)

##### Pendidikan Formal

2005-2007 : TK IT Assalam  
2007-2013 : SD Islam Surya Buana  
2013-2016 : SMP Al- Rifaie  
2016-2019 : SMA Islam Sabilillah Malang  
2019-2023 : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

##### Pendidikan non-formal

2019-2020 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN  
Malang  
2020-2021 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris UIN  
Malang

## Lampiran 5. Jurnal Bimbingan



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

### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

#### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 19540090  
Nama : Rabikhatus Tsania  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dosen Pembimbing : Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM  
Judul Skripsi : *Understanding Students' Intention To Use Mobile Banking: Impacted by Ease Of Use, Security, Trust, And Lifestyle*

#### JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	16 Januari 2023	1. Pada latar belakang kurang adanya penjelasan gaya hidup mahasiswa 2. Penulisan latar belakang harus berurutan 3. Untuk masuk ke variabel menunjukkan venomena terlebih dahulu baru penelitian sebelumnya 4. Menambahkan teori keputusan dan Behavior 5. Tabel penelitian terdahulu berisi nama, tahun, judul penelitian, variabel, metode yang digunakan, dan hasil penelitiannya	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
2	6 Maret 2023	1. Penelitian yang hasilnya berbeda bisa dijadikan gap penelitian 2. Setelah tabel penelitian terdahulu ditambahkan kesimpulan tabelnya 3. Hasil dari penelitian terdahulu dijelaskan semua hasilnya 4. Pada tabel indikator tidak menggunakan kata saya 5. Menambahkan variabel gaya hidup	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
3	13 Maret 2023	penulisan daftar pustaka disesuaikan dengan pedoman skripsi	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
4	15 Mei 2023	pembuatan draft kuesioner dan revisi kuesioner	Genap 2022/2023	Sudah Dikoreksi
5	18 Agustus 2023	progres bab 4,5 dan afirmasi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	21 Agustus 2023	Pengajuan Jurnal afirmasi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	22 Agustus 2023	Revisi jurnal afirmasi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	24 Oktober 2023	Persetujuan ujian Afirmasi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
9	24 Oktober 2023	Persetujuan ujian Afirmasi	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 24 Oktober 2023

Dosen Pembimbing



Dr. Nihayatu Aslamatis Solekah, SE., MM

## Lampiran 6. Surat Plagiasi



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

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO, Lc., M.Si  
NIP : 198908082020121002  
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Rabikhatus Tsania  
NIM : 19540090  
Konsentrasi : Entrepreneur  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Kepercayaan dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan LOLOS PLAGIARISM dari TURNITIN dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
10%	11%	4%	3%

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

Malang, 25 Oktober 2023

UP2M



EKA WAHYU HESTYA BUDIANTO,  
Lc., M.Si

## Rabikhatus tsania

### ORIGINALITY REPORT

<b>10%</b> SIMILARITY INDEX	<b>11%</b> INTERNET SOURCES	<b>4%</b> PUBLICATIONS	<b>3%</b> STUDENT PAPERS
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>etheses.uin-malang.ac.id</b> Internet Source	<b>9%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Universitas PGRI Madiun</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.ar-raniry.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 1%