

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED EFFECTIVENESS*, *FEATURE AVAILABILITY* DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DI KOTA MALANG

SKRIPSI



Oleh

DILA RESKI WULANDARI

NIM : 200503110013

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

2024

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED EFFECTIVENESS*, *FEATURE AVAILABILITY* DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DI KOTA MALANG

SKRIPSI

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



Oleh

DILA RESKI WULANDARI

NIM : 200503110013

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

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *PERCEIVED EASE OF USE*, *PERCEIVED EFFECTIVENESS*, *FEATURE AVAILABILITY* DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI

SKRIPSI

Oleh

Dila Reski Wulandari

NIM : 200503110013

Telah Disetujui Pada Tanggal 13 Juni 2024

Dosen Pembimbing,



Kurniawati Meylianingrum, M.E

NIP. 199205022019032029

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED
EFFECTIVENESS, FEATURE AVAILABILITY DAN
KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM
MENGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DI KOTA
MALANG**

SKRIPSI

Oleh

DILA RESKI WULANDARI

NIM : 200503110013

**Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (SE)
Pada 20 Juni 2024**

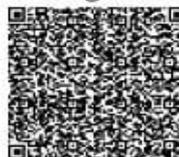
Susunan Dewan Penguji:

- 1 Ketua Penguji
Dr. Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP.197705062003122001
- 2 Anggota Penguji
Esy Nur Aisyah, MM
NIP. 198609092019032014
- 3 Sekretaris Penguji
Kurniawati Meylianingrum, ME
NIP.199205022019032029

Tanda
Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Yayuk Sri Rahayu, MM
NIP. 197708262008012011

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dila Reski Wulandari
NIM : 200503110013
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

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

PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED EFFECTIVENESS, FEATURE AVAILABILITY DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI DI KOTA MALANG adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 7 Juni 2024
Hormat saya,



Dila Reski Wulandari
NIM: 200503110015

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya tulis ilmiah ini teruntuk keluarga:

Ayahanda dan ibunda tercinta yang selama ini tidak pernah lelah untuk mendidik serta membesarkan penulis dengan penuh keikhlasan dan kesabaran, dan selalu mendoakan dan memotivasi penulis.

Ibu Kurniawati Meylianingrum selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar kepada penulis sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan tepat waktu dan sesuai dengan apa yang telah diharapkan.

MOTTO

“Jangan pernah takut untuk bermimpi besar, karena dalam mimpi besar terdapat kekuatan untuk mewujudkannya.”

(B.J. Habibie)

Dump Spiro, Spero

“Selama aku bernafas, aku berharap”

(Angleofgirl)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya penelitian ini dapat terselasaikan dengan baik dan lancar yang berjudul “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Effectiveness, Feature Availability dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI Di Kota Malang”

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan yang terang benderang. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Yayuk Sri Rahayu, selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Kurniawati Meylianingrum, ME selaku dosen pembimbing yang terbaik menurut penulis, karena selalu memberikan bimbingan, arahan dan masukan yang jelas. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, semangat, dan do'a yang telah ibu berikan.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan terkhusus Bapak dan Ibu dosen Jurusan Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, dan membimbing peneliti saat perkuliahan.
6. Ayahku Sutrisno dan Ibuku Sutini yang tercinta, kakak – kakakku yang tersayang dan seluruh keluarga yang selalu memberikan semangat,

motivator dan selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.

7. Sahabat-sahabatku yang tersayang yang selalu memberikan semangat dan motivasi satu sama lain dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Dan seluruh pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

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

Malang, 8 Juni 2024

Hormat saya,

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
املستخلص.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
2.2 Rumusan Masalah	11
2.3 Tujuan Masalah	11
2.4 Manfaat Penelitian.....	12

BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Kajian Teori.....	25
2.2.1 <i>Customer Behavior</i>	25
2.2.2 <i>Perceived Ease of Use</i>	26
2.2.3 <i>Perceived Effectiveness</i>	29
2.2.4 <i>Feature Availability</i>	30
2.2.5 Keamanan	32
2.2.6 Minat Penggunaan	33
2.3 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	35
2.3.1 Pengaruh <i>Perceived Ease of Use</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	35
2.3.2 Pengaruh <i>Perceived Effectiveness</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	36
2.3.3 Pengaruh <i>Feature Availability</i> Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	37
2.3.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	38
2.3 Kerangka Konseptual	39
2.5 Hipotesis.....	40

BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi.....	43
3.3.2 Sampel	43
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	44
3.5 Data dan Jenis Data	45
3.5.1 Data primer	45
3.5.2 Data Sekunder.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	47
3.7.1 Variabel Bebas (<i>Independent Variables</i>).....	47
3.7.2 Variabel Terikat (<i>Dependent Variables</i>).....	47
3.8 Skala Pengukuran	51
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.9.1 Uji validitas.....	51
3.9.2 Uji Reliabilitas	52
3.10 Analisis Data	52
3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	53

3.10.2 Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Hasil Penelitian.....	59
4.1.1 Profil Perusahaan	59
4.1.2 Deskripsi Data Responden.....	64
4.1.3 Distribusi Jawaban Responden	70
4.1.4 Uji Instrumen	77
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	80
4.1.6 Uji Hipotesis	84
4.2 Pembahasan	91
4.2.1 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> (X1) terhadap minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI.....	91
4.2.2 Pengaruh <i>perceived effectiveness</i> (X2) terhadap minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI.....	93
4.2.3 Pengaruh <i>feature availability</i> (X3) terhadap minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI	95
4.2.4 Pengaruh keamanan (X4) terhadap minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI	97
4.2.5 Pengaruh <i>perceived ease of use</i> (X1), <i>perceived effectiveness</i> (X2), <i>feature availability</i> (X3), dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI	98

BAB 5 PENUTUP	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	47
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	64
Tabel 4.2 Usia Responden.....	65
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	66
Tabel 4.4 Alamat Domisili Responden	67
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	68
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	69
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel (X1).....	70
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Variabel (X2).....	72
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Variabel (X3).....	73
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Variabel (X4).....	74
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Variabel (Y).....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas.....	78
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas	80
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	83
Tabel 4.15 Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.16 Uji Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.17 Uji Koefisien Determinasi	86

Tabel 4.18 Uji t_{Test}	88
Tabel 4.19 Uji F_{Test}	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> di Playstore	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	40
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 2. Hasil Olah Data SPSS.....	116
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden	124
Lampiran 4. Hasil Turnitin.....	174
Lampiran 5. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	175
Lampiran 6. Jurnal Bimbingan.....	176
Lampiran 7. Biodata Peneliti	177

ABSTRAK

Dila Reski Wulandari. 2024. SKRIPSI. Judul: “ Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Effectiveness, Feature Availability, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI Di Kota Malang

Pembimbing : Kurniawati Meylianingrum, M.E

Kata Kunci : Feature Availability; Keamanan; Minat Menggunakan; Perceived Ease Of Use; Perceived Effectiveness

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat persentase perceived ease of use, perceived effectiveness, feature availability, dan keamanan terhadap minat penggunaan mobile banking. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Dengan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi Mobile Banking sebagai objektivitas yang digunakan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Indonesia di Kota Malang. Adapun dari perhitungan rumus lameshow diperoleh jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 385 orang. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan kuesioner terhadap pengguna aplikasi mobile banking. Teknik analisis data yang digunakan menggunakan regresi berganda dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji F melalui software SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji Uji t variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan, variabel persepsi efektivitas tidak berpengaruh, variabel ketersediaan fitur berpengaruh negatif pengaruhnya, variabel keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi mobile banking BSI, dan hasil uji F-Test menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi efektivitas, ketersediaan fitur, dan keamanan)) berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking BSI. Dengan kesimpulan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan meningkatkan minat nasabah menggunakan mobile banking BSI di Kota Malang, sedangkan persepsi efektivitas, ketersediaan fitur, dan keamanan tidak mempunyai pengaruh signifikan secara parsial, namun secara simultan keempat variabel tersebut meningkatkan minat nasabah secara signifikan.

ABSTRACT

Dila Reski Wulandari. 2024, THESIS. Judul: “ Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Effectiveness, Feature Availability, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI Di Kota Malang

Advisor : Kurniawati Meylianingrum, M.E

Keywords : Feature Availability; Security; Customer Interest; Perceived Ease Of Use; Perceived Effectiveness

This study aims to describe and describe the percentage level of perceived ease of use, perceived effectiveness, feature availability, and security in the interest in using mobile banking. The location of this research was carried out in Malang City, East Java Province. With Bank Syariah Indonesia customers who use the Mobile Banking application as the objectivity used in this study. The population in this study is customers who use the Bank Syariah Indonesia Mobile Banking application in Malang City. As for the calculation of the lameshow formula, it was found that the number of samples used in this study amounted to 385 people. Sampling in this study uses nonprobability sampling with purposive sampling technique. This study uses primary data obtained with a questionnaire of mobile banking application users. The data analysis technique used is using multiple regression with hypothesis tests, namely t test and F test through SPSS 25 software. The results of the study showed that based on the results of the t-Test test, the perceived ease of use variable had a significant positive effect on the interest in using, the perceived effectiveness variable had no effect, the feature availability variable had a negative effect, the security variable had a significant positive effect on the interest in using the BSI mobile banking application, and the results of the F-Test showed that simultaneously, the independent variable (perceived ease of use, perceived effectiveness, feature availability, and security) have a significant effect on interest in using BSI mobile banking. With the conclusion that perceived ease of use significantly increases customer interest in using BSI mobile banking in Malang City, while perceived effectiveness, feature availability, and security do not have a significant influence partially, but simultaneously these four variables significantly increase customer interest.

املستخلص

ديلا ريسكي وولانداري. 2024. أطروحة. العنوان: "تأثير سهولة الاستخدام المتصورة، والفعالية المتصورة، وتوافر الميزات، والأمان على اهتمام العملاء باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

BSI في مدينة مالانج

المشرف : كورنياواتي ميليانينغروم ، ماجستير في التربية
كاتا كونسي: توفر الميزة. كيமான. مينات مينجونكان سهولة الاستخدام
المتصورة ؛ الفعالية المتصورة

تهدف هذه الدراسة إلى وصف النسبة المئوية لمستوى سهولة الاستخدام المدركة والفعالية المتصورة وتوافر الميزات والأمان للمصلحة في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. تم إجراء موقع هذا البحث في مدينة مالانج بمقاطعة جاوة الشرقية. مع عملاء بنك الشريعة الإندونيسية الذين يستخدمون تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كموضوعية مستخدمة في هذه الدراسة. السكان في هذه الدراسة هم العملاء الذين يستخدمون تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Bank Shariah Indonesia في مدينة مالانج. أما بالنسبة لحساب صيغة Iameshow ، فقد بلغ عدد العينات المستخدمة في هذه الدراسة 385 شخصاً. يستخدم أخذ العينات في هذه الدراسة أخذ العينات غير الاحتمالية باستخدام تقنية أخذ العينات الهادفة. تستخدم هذه الدراسة البيانات الأولية التي تم الحصول عليها عن طريق الاستبيان لمستخدمي تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. تستخدم تقنية تحليل البيانات المستخدمة الانحدار المتعدد مع اختبارات الفرضيات ، وهي اختبار t واختبار F من خلال برنامج SPSS 25. أظهرت نتائج الدراسة أنه بناء على نتائج اختبار t ، كان لإدراك متغير سهولة الاستخدام تأثير إيجابي معنوي على الاهتمام بالاستخدام ، ولم يكن لمتغير إدراك الفعالية أي تأثير ، وكان لمتغير توفر الميزة تأثير سلبي على التأثير ، وكان للمتغير الأمني تأثير إيجابي معنوي على الاهتمام باستخدام تطبيق BSI Mobile Banking ، وأظهرت نتائج اختبار Test-F أن المتغيرات المستقلة في وقت واحد (إدراك سهولة الاستخدام ، إدراك الفعالية وتوافر الميزات والأمان) لها تأثير كبير على الاهتمام باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول BSI. مع استنتاج مفاده أن تصور سهولة الاستخدام يزيد بشكل كبير من اهتمام العملاء باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول BSI في مدينة مالانج ، في حين أن تصور الفعالية وتوافر الميزات والأمان ليس له تأثير كبير جزئياً ، ولكن في نفس الوقت تزيد هذه المتغيرات الأربعة من اهتمام العملاء بشكل كبير

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era generasi *millennial* saat ini, tingkat penggunaan teknologi digital yang sangat tinggi merupakan salah satu aspeknya kehidupan manusia. Perkembangan teknologi yang begitu pesat memberikan kemudahan dan efisiensi kepada manusia untuk menjalankan kegiatannya. Dengan adanya dukungan dari teknologi internet memberikan manfaat berupa kemudahan dalam berbagai bidang. Industri perbankan juga harus bisa menyesuaikan diri dengan adanya perkembangan teknologi yang ada, sehingga tidak mengalami ketertinggalan dalam perkembangan teknologi. Dengan adanya teknologi informasi memungkinkan perbankan dalam pengembangan produk yang canggih dan infrastruktur pasar yang lebih baik (Mulazid *et al.*, 2020).

Layanan pada institusi perbankan tidak lepas dari adanya pengaruh teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini dapat diketahui dari data Badan Pusat Statistik yang menunjukkan bahwa Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi (IP-TIK) di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 5,85 dengan rentang skala 0 sampai 10 dan meningkat sebesar 0,09 dibandingkan IP-TIK pada tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2023). Perbankan merupakan salah satu sektor yang telah bertransformasi menggunakan digital untuk mengembangkan layanannya. Transformasi dunia perbankan menjadi

digital dapat memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan efisiensi proses kerja serta meningkatkan kualitas layanan nasabah. Pelayanan yang efisien, praktis dan simpel adalah pelayanan yang diinginkan oleh nasabah *millenial* yang cenderung tidak ingin ribet.

Menurut (Danuri, 2019) layanan perbankan dengan teknologi digital merupakan sebuah dasar untuk melakukan pendekatan kepada konsumen. Salah satu *digital transformation* dari pelayanan perbankan adalah aplikasi mobile banking yang memberikan kemudahan kepada konsumen untuk melakukan transaksi keuangan. *Mobile banking* merupakan inovasi system modern dengan mengadopsi pendekatan digital yang diciptakan untuk meningkatkan kinerja yang efektif dan efisien (Wicaksono *et al.*, 2023). Transaksi keuangan konsumen akan semakin lebih mudah, murah dan aman dilakukan setiap saat. *Mobile banking* merupakan suatu transformasi dari teknologi seluler yang digunakan di sektor komersial (Tirtana & Sari, 2014). *Mobile Banking* mengintegrasikan aplikasi bisnis dan teknologi informasi secara kooperatif. Dalam hal *mobile banking*, nasabah dapat menggunakannya untuk mengakses layanan perbankan sepanjang waktu tanpa harus mengunjungi cabang bank untuk melakukan transaksi. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang disediakan oleh bank untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan kemudahan operasional bank, serta efektivitas dan efisiensi pegawai bank dalam melakukan berbagai transaksi.

Perkembangan teknologi telekomunikasi dan digital juga dimanfaatkan oleh industri perbankan syariah yaitu dengan adanya layanan aplikasi *mobile banking* dalam pelayanan jasanya. Aplikasi *mobile banking* ini harus didukung dengan adanya koneksi internet saat penggunaannya, karena *mobile banking* tidak akan berjalan jika tidak ada koneksi internet sebagai alat pendukung maupun media (Tirtana & Sari, 2014). *Mobile banking* merupakan suatu bentuk pelayanan jasa yang diberikan oleh perbankan syariah.

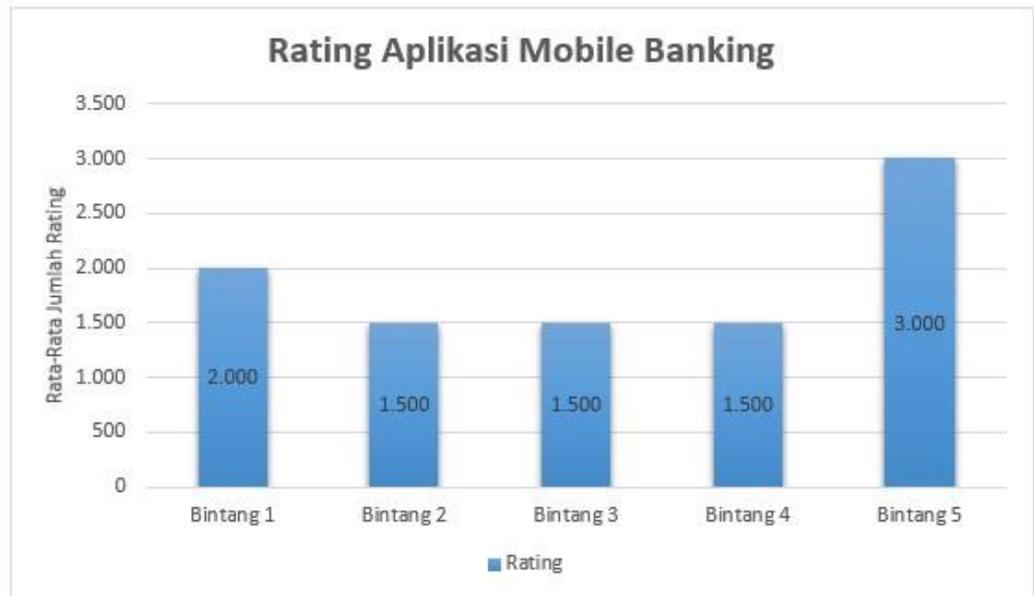
Salah satu bank syariah yang telah menerapkan layanan *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat BSI. BSI merupakan bank syariah yang terbesar di Indonesia. BSI merupakan salah satu bank yang masuk dalam lima jajaran bank terbaik di Indonesia. Pada tahun 2021 Bank Syariah Indonesia (BSI) telah diakui sebagai salah satu bank terbaik dunia (*The World Best Bank*) oleh dunia internasional berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Forbes. Riset yang telah dilakukan bersama Statista menobatkan BSI ke dalam 5 bank yang terbaik di Indonesia (Indonesia, 2022). PT Bank Syariah Indonesia Tbk memiliki lebih dari 1.200 kantor cabang yang telah tersebar di seluruh Indonesia (BSI, 2022). Salah satu penyebaran kantor cabang BSI adalah di Provinsi Jawa Timur khususnya Kota Malang. Kota Malang merupakan kota terbesar kedua yang berada di Provinsi Jawa Timur dan merupakan Kota Pendidikan.

Berdasarkan data hasil survey yang telah dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2023 tercatat bahwa provinsi Jawa Timur menempati peringkat kelima dengan provinsi yang memiliki jumlah internet terbesar di Indonesia sebesar 81,26% dengan presentase pengguna internet terbesar digunakan oleh kategori usia 19-34 tahun sebesar 49,52% khususnya kaum muda yang terdiri dari pelajar dan mahasiswa.

Dilansir dari (Digital Media, 2022) PT Bank Syariah Indonesia Tbk telah meraih tiga penghargaan di acara Anugerah Syariah Republika 2022. Salah satu penghargaan yang didapatkan dari BSI adalah menjadi bank syariah dengan *mobile banking* terbaik. Dalam ajang *Asian Experience Award 2023* BSI mendapatkan penghargaan sebagai *The Indonesia Customer Experience of The Year – Banking Award*. Penghargaan ini diberikan karena BSI mampu mengembangkan inovasi layanan digital dengan upaya memenuhi segala kebutuhan financial, sosial dan spiritual dengan kemudahan jangkauan dimanapun dan kapanpun (Dian Fath Risalah, 2023). Adanya penghargaan ini pastinya dapat mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi dan menggunakan beberapa produk layanan dari BSI.

Per Oktober 2023, lebih dari 5 juta pengunduhan aplikasi *mobile banking* BSI di *Playstore* dengan rating rata-rata 4,5 dari 5 bintang, dengan detail rincian sebagai berikut:

Gambar 1.1
Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* di Playstore



Sumber: Data diolah, 2023

Dari sumber data diatas, review rating terendah yaitu bintang satu memiliki nilai terbesar urutan kedua setelah review dengan rating tertinggi yaitu bintang lima. *Review* dengan rating terendah berisi tentang keluhan-keluhan nasabah yang menggunakan mobile banking BSI. Banyak nasabah yang mengeluhkan aplikasi yang sering sekali terjadi eror *request time out*, sulit untuk melakukan aktivasi online, saldo berubah menjadi kosong dengan sendirinya, aplikasi yang sulit terbuka dan tertutup secara paksa saat melakukan transaksi. Review yang berisi tentang keluhan-keluhan nasabah terbukti setelah beredarnya kabar tentang gangguan sistem mobile banking yang dialami oleh BSI.

Pada tanggal 8 Mei 2023 aplikasi mobile banking BSI mengalami gangguan hingga sehari-hari. Nasabah beranggapan bahwa aplikasi mobile banking BSI

yang eror disebabkan karena adanya serangan *ransomware*. Dikutip dari CNBC Indonesia (2023), menurut Alfons Tanujaya seorang pakar keamanan siber dan forensik digital menerangkan bahwa bentuk dari serangan siber *ransomware* berbeda dengan pembobolan akun yang dilakukan oleh *hacker*. Penyerang *ransomware* akan bekerja sekeras mungkin untuk mengenkripsi data penting, cadangan, dan sistem yang dimaksudkan untuk melemahkan atau mengacaukan operasional suatu perusahaan. Serangan *ransomware* ini berakibat pada layanan perusahaan yang terhenti dan mengalami *down time* yang tidak wajar. Hal ini dapat menyebabkan sebagian nasabah merasa kecewa serta mempengaruhi minat penggunaan terhadap aplikasi mobile banking BSI.

Adanya gangguan *ransomware* ini dapat mengancam minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Minat penggunaan nasabah terhadap *mobile banking* akan mengalami penurunan apabila nasabah mengalami kesulitan dalam menggunakan *mobile banking*. Petunjuk yang tidak jelas dan kurang memadai membuat nasabah kebingungan dan enggan untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Ketidakefektifan dari *mobile banking* dalam memenuhi kebutuhan keuangan serta keterbatasan dalam memberikan informasi yang akurat dan tepat waktu dapat menurunkan minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*. Ketersediaan fitur yang kurang memadai dan kurang lengkap juga akan mempengaruhi minat nasabah sehingga nasabah akan mencari alternative lain yang lebih efektif. Keamanan juga memiliki pengaruh yang sangat berdampak pada minat penggunaan nasabah terhadap aplikasi *mobile banking*, karena berkaitan dengan data pribadi milik nasabah.

Nasabah akan cenderung merasa tidak aman dan kehilangan kepercayaan apabila layanan *mobile banking* yang digunakan rentan terhadap serangan siber serta terdapat insiden kebocoran data. Hal ini dapat menyebabkan penurunan akibat dari ketidakefektifan dan keamanan dari penggunaan *mobile banking*. Data hasil survey yang dilakukan Adi Ahdiyati (2023) menunjukkan bahwa nilai transaksi digital banking di Indonesia pada April 2023 mengalami penurunan sebesar 11,8% dibandingkan dengan bulan Maret 2023 (*month on month/mom*). Sedangkan pada April 2023 transaksi digital banking di Indonesia mengalami penurunan sebesar 20,1% dibandingkan April 2022 (*year on year/yoY*). Dalam hal ini dapat diketahui bahwa minat penggunaan memiliki hubungan dengan tindakan yang dilakukan konsumen.

Minat penggunaan dalam tindakan konsumen adalah pertimbangan yang dilakukan oleh suatu individu untuk menggunakan suatu produk. Minat penggunaan konsumen akan menurun apabila konsumen mempunyai persepsi yang negatif terhadap suatu produk, sehingga keinginan mereka untuk menggunakannya akan semakin berkurang. Ketika suatu produk mudah digunakan dan memiliki banyak manfaat yang dapat diperoleh dan kemungkinan minim terjadinya resiko, maka pada akhirnya akan timbul kebutuhan atau keinginan untuk membelinya Prasetya, H & Putra (2020). Hal tersebut dapat terjadi pada minat nasabah ketika memiliki persepsi bahwa kemudahan dan manfaat dapat diperoleh dari penggunaan *mobile banking*, sehingga nasabah akan terdorong untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian yang dilakukan oleh Sulmi *et al* (2021) mengatakan bahwa terdapat

faktor yang memiliki dampak pada minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dapat dipengaruhi oleh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan dan persepsi keamanan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel tersebut sebagai tolak ukur serta menambahkan satu variabel yakni fitur layanan (*feature availability*) yang mempengaruhi minat dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Persepsi kemudahan penggunaan atau yang biasa disebut dengan *perceived ease of use* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *mobile banking*. Menurut Davis (1989) *perceived ease of use* mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha. Kebebasan dari usaha yang dimaksud yaitu kebebasan dari kesulitan. Seseorang akan memandang suatu aplikasi memiliki manfaat apabila mudah untuk digunakan. Kemudahan penggunaan akan menarik lebih banyak minat penggunaan dibandingkan dengan aplikasi yang sulit untuk digunakan Pambudi (2019).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi minat penggunaan aplikasi *mobile banking* adalah *perceived effectiveness*. *Perceived effectiveness* yang dimaksud adalah suatu hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi tertentu sesuai dengan tujuan penggunaannya. Menurut Davis (1989) persepsi penggunaan mengacu pada kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi yang digunakan. Dalam penelitiannya seseorang akan berminat menggunakan suatu teknologi apabila mereka memiliki kepercayaan bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerja pekerjaannya. Noviyanti & Erawati (2021)

menjelaskan bahwa persepsi kegunaan memiliki hubungan yang erat dengan efektivitas. Semakin tinggi kegunaan yang diperoleh dari penggunaan teknologi maka efektivitas penggunaannya dapat tercapai dan semakin efektif penggunaan teknologi maka pengguna akan semakin berminat untuk menggunakannya. *Perceived effectiveness* mengenai penggunaan *mobile banking* BSI yang ringan, mudah, dan mempersingkat waktu sehingga membuat pengguna berminat untuk tetap menggunakan *mobile banking* BSI.

Kemudian faktor berikutnya adalah *feature availability*, salah satu faktor utama yang mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Menurut Iqbal & Urrahmah (2021) fitur dalam *mobile banking* merupakan segala hal yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan *mobile banking*. Nasabah akan termotivasi untuk menggunakan layanan *mobile banking* apabila terdapat peningkatan berbagai jenis fitur dan fasilitas. *Mobile banking* akan terlihat menarik jika fitur yang dimiliki memberikan kemudahan, inovasi dan aksesibilitas. Semakin besar ketersediaan fitur *mobile banking* yang dinikmati pengguna, maka penggunaan layanan *mobile banking* akan semakin meningkat Marthauli *et al* (2021).

Berdasarkan penelitian Utami (2021) keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana kepercayaan pengguna terhadap keamanan dalam menggunakan aplikasi tertentu. Semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan pengguna maka semakin tinggi pula minat penggunaan terhadap suatu aplikasi tertentu. Hal ini berarti bahwa keamanan yang baik akan mengakibatkan minat menggunakan yang tinggi pada penggunaan aplikasi tertentu. Keamanan yang

berhubungan dengan penggunaan mobile banking yang dirasa aman dan baik untuk digunakan sehingga membuat pengguna berminat agar tetap untuk menggunakan *mobile banking*.

Variabel *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi dikemukakan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bangkara *et al* (2016), Fachreza *et al* (2022), Sandy & Firdausy (2020), Maulidya (2022), Rohmah *et al* (2020), Marisa (2020), Nugroho & M.Pudjihardjo (2022), Harianto *et al* (2021), Kahar *et al* (2019), Sudono *et al* (2020) dan Nisa & Solekah (2022). Sedangkan penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan memiliki pengaruh yang negative dan tidak signifikan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi dikemukakan oleh Haris (2022), Amamilah *et al* (2024), Fahrudi *et al* (2023) dan Husnayetti & Sestri (2019).

Berdasarkan permasalahan serta hasil penelitian terdahulu, maka perlu adanya pengkajian yang lebih mendalam lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan mobile banking, sehingga penelitian ini berjudul "*Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Effectiveness, Feature Availability dan Keamanan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI*".

2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka masalah pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang?
2. Apakah *perceived effectiveness* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang?
3. Apakah *feature availability* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang?
4. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang?
5. Apakah *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang?

2.3 Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditarik tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *perceived effectiveness* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *feature availability* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.

4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.
5. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.

2.4 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi yang tepat untuk mengembangkan dan meningkatkan kualitas penggunaan *mobile banking* terutama pada aspek *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti tentang pengaruh *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.

3. Manfaat Akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau rujukan kepada setiap pembaca dan menjadikan sebagai sumber referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah sekelompok hasil penelitian dari peneliti sebelumnya yang memiliki kaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Berikut ini beberapa penelitian terdahulu mengenai *perceived ease of use*, *perceived usefulness*, *perceived effectiveness* dan keamanan dalam mempengaruhi minat penggunaan suatu aplikasi:

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Bangkara & Mimba, (2016) "Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> Dan <i>Perceived Ease Of Use</i> Pada Minat Penggunaan <i>Internet Banking</i> Dengan <i>Attitude Toward Using</i>	<i>Perceived Usefulness</i> (X1), <i>Perceived ease of use</i> (X2), <i>Attitude Toward Using</i> (Z), Minat Penggunaan (Y)	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> secara parsial berpengaruh positif pada <i>attitude toward using</i> terhadap minat penggunaan.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	Sebagai Variabel Intervening”			<i>usefulness</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh secara positif pada minat melalui <i>attitude toward using</i> sebagai variabel intervening.
2	Fachreza et al, (2022) “ <i>Effect Of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Intention To Use Mobile Banking (Brimo) With Attitude As Intervening Variable (Study At Lubuk Basung</i> ”	<i>Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease Of Use (X2), Attitude (Z), Intention To Use (Y)</i>	<i>Structural Equation Model (SEM-PLS)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to use</i> , <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to use</i> , <i>attitude of use</i> berpengaruh

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Sub-Branch Office Of Pt. Bank Rakyat Indonesia</i>			signifikan terhadap <i>intention to use</i> dan <i>perceived ease of use</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>intention to use</i> melalui <i>attitude</i> .
3	Sandy, (2020) “Pengaruh <i>Perceived Usefulness</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> Dan <i>Trust</i> Terhadap Minat Konsumen Dalam Penggunaan Ulang Go-pay Di Kota Jakarta”	<i>Perceived Usefulness</i> (X1), <i>Perceived Ease Of Use</i> (X2), <i>Trust</i> (X3), Minat Penggunaan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived usefulness</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan ulang, akan tetapi <i>perceived ease of use</i> dan <i>trust</i> berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang.
4	Haris et al (2022), <i>Expanding The Technology</i>	<i>Personal Habit</i> (X1), <i>Perceived Usefulness</i>	Partial Least Squares Structural Equation	Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Acceptance Model (TAM) to investigate e-learning usage behavior during the COVID-19 pandemic: Islamic Higher Education Institution (IHEI) context</i>	<i>(X2), Perceived ease of use (X3), facilitating Condition (X4), Actual Use (Z), Intention to Use (Y)</i>	Modeling (PLS-SEM)	Kebiasaan pribadi dan manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan. Sedangkan kondisi fasilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan, serta persepsi kemudahan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap niat penggunaan.
5	Maulidya, (2022) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Dan Efektivitas Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code”	Persepsi Kemudahan (X1), Risiko (X2), Efektivitas (X3), Minat Menggunakan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini membuktikan bahwa secara parsial dan simultan variabel persepsi kemudahan, risiko dan efektivitas memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan platform

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				<p><i>crowdfunding QR code</i>. Variabel persepsi kemudahan dan efektivitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat menggunakan platform <i>crowdfunding QR code</i>. Sedangkan variabel risiko memiliki pengaruh yang negative dan signifikan terhadap minat menggunakan platform <i>crowdfunding QR code</i>.</p>
6	<p>Rohmah <i>et al</i>, (2020) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan <i>Fintech Crowdfunding</i> Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh”</p>	<p>Persepsi Kemudahan Berdonasi (X1), Efektivitas Penyaluran (X2), Minat Membayar ZIS (Y)</p>	<p>Analisis Regresi Linear Berganda</p>	<p>Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan berdonasi memiliki pengaruh yang negative terhadap minat membayar ZIS menggunakan <i>fintech crowdfunding</i>. Sedangkan variabel efektivitas penyaluran memiliki pengaruh yang positif terhadap minat membayar ZIS</p>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				menggunakan <i>fintech crowdfunding</i> . Namun, secara bersama-sama variabel Persepsi kemudahan berdonasi, Dan efektivitas Penyaluran memiliki pengaruh terhadap minat membayar ZIS menggunakan <i>fintech crowdfunding</i> .
7	Marisa, (2020) “Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan <i>Financial Technology</i> ”	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Efektivitas (X2), Risiko (X3) Minat Bertransaksi (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Penelitian ini mengemukakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan <i>financial technology</i> . Sedangkan secara simultan persepsi kemudahan penggunaan, efektivitas, dan risiko berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				menggunakan <i>financial technology</i> .
8	Amamilah <i>et al</i> , (2024) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Efektivitas Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan QRIS Sebagai Alat Transaksi Pembayaran Pada Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Efektivitas (X2), Manfaat (X3), Minat Penggunaan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Secara parsial persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan QRIS. Kemudian persepsi efektivitas secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap niat menggunakan QRIS dan persepsi manfaat secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan QRIS. Kemudian secara simultan variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi efektivitas, dan persepsi manfaat mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan QRIS.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
9	Nugroho & Pudjihardjo, (2022) “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kegunaan, Ketersediaan Fitur Dan Literasi Keuangan Terhadap Preferensi Konsumen Menggunakan <i>Mobile Banking</i> ”	Persepsi Kemudahan (X1), Persepsi Kegunaan (X2), Ketersediaan Fitur (X3), Literasi Keuangan (X4), Preferensi penggunaan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan aplikasi BSI Mobile adalah persepsi kemudahan, ketersediaan fitur, dan literasi keuangan. Sedangkan variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile</i> adalah persepsi kegunaan.
10	Harianto <i>et al</i> , (2021) “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (<i>Ease Of Use</i>), Kenyamanan (<i>Convenience</i>), Kepercayaan (<i>Trust</i>), Dan Ketersediaan Fitur (<i>Feature Availability</i>) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan	Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Kenyamanan (X2), Kepercayaan (X3), Ketersediaan Fitur (X4), Minat Menggunakan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan (<i>ease of use</i>), kenyamanan (<i>convenience</i>), kepercayaan (<i>trust</i>) dan ketersediaan fitur (<i>feature availability</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Internet Banking</i> KlikBCA (Studi Kasus Pada Nasabah PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama Pangkal Pinang)”			
11	Fahrudi <i>et al</i> , (2023) “Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan <i>Mobile Banking</i> ”	Persepsi Keamanan (X1), Ketersediaan Fitur (X2), Norma Subjektif (X3), Keputusan Penggunaan (Z), Loyalitas (Y)	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM)	Persepsi keamanan dan norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan <i>mobile banking</i> dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Variabel yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap loyalitas adalah variabel persepsi keamanan sedangkan norma subjektif dan ketersediaan fitur tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna <i>mobile banking</i> . Persepsi keamanan,

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				ketersediaan fitur dan norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas melalui keputusan penggunaan.
12	Kahar <i>et al</i> , (2019) “ <i>The Influence Of Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, And Perceived Security On Repurchase Intention At Tokopedia.com</i> ”	<i>Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease Of Use (X2), Perceived Security (X3), Repurchase Intention (Y)</i>	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	Penelitian ini mengemukakan bahwa <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived security</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>repurchase intention</i> di Tokopedia.com. sedangkan variabel <i>perceived ease of use</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap <i>repurchase intention</i> di Tokopedia.com.
13	Sudono <i>et al</i> , (2020) “ <i>The Influence Of Perceived Security And Perceived Enjoyment On Intention To Use With Attitude Toward Use As Intervening Variable On Mobile</i> ”	<i>Perceived Scurity (X1), Perceived Enjoyment (X2), Attitude Toward Use (Z), Intention To Use (Y)</i>	Analisis <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa <i>perceived security</i> dan <i>perceived enjoyment</i> memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan dan

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
	<i>Payment Customer In Surabaya</i>			secara tidak langsung melalui memediasi sikap menggunakan pembayaran seluler. Selain itu ditemukan bahwa <i>perceived enjoyment</i> memoderasi hubungan antara <i>perceived security</i> dan <i>attitude toward use</i> akan tetapi, tidak memoderasi hubungan antara <i>perceived security</i> dan <i>attitude toward use</i> .
14	Nisa & Solekah, (2022) “ <i>The Influence Of TAM, Social Influence, Security Relationship Toward Intention To Use E-Wallet Through Attitude And Trust</i> ”	<i>Perceived Usefulness (X1), Perceived Ease Of Use (X2), Social Influence (X3), Security (X4), Attitude (Za), Trust (Zb), Intention To Use (Y)</i>	Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	Penelitian ini menunjukkan bahwa PU, SI, dan S tidak berpengaruh terhadap <i>e-wallet IU</i> , hanya PEU yang memiliki pengaruh secara langsung terhadap <i>e-wallet IU</i> , <i>Attitude</i> tidak dapat memediasi PU dan PEU terhadap <i>e-wallet IU</i> , namun <i>Trust</i> dapat memediasi sepenuhnya keamanan terhadap IU.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
15	Husnayetti & Sestri, (2019) “Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan, Kepercayaan, kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>Online Banking</i> Generasi X, Y dan Z	Persepsi Kebermanfaatan (X1), Keamanan (X2), Kepercayaan (X3), Kemudahan (X4), Minat penggunaan (Y)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pada generasi X secara parsial persepsi kegunaan, keamanan, dan kemudahan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>online banking</i> , sedangkan persepsi kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan <i>online banking</i> . Pada generasi Y persepsi kegunaan dan kenyamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan <i>online banking</i> , sedangkan persepsi keamanan dan kepercayaan berpengaruh negatif terhadap minat penggunaan <i>online banking</i> . Bagi generasi Z persepsi kegunaan, kepercayaan, dan kemudahan dalam

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
				menggunakan <i>online banking</i> berpengaruh positif, sedangkan persepsi keamanan berpengaruh negatif terhadap minat menggunakan <i>online banking</i> .

2.2 Kajian Teori

2.2.1 *Customer Behavior*

A. Pengertian *Customer behavior*

Customer behavior dapat disebut juga dengan perilaku konsumen. *Customer behavior* merupakan suatu studi yang mempelajari tentang bagaimana seseorang mengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia baik berupa waktu, uang, usaha dan energi (Schiffman & Kanuk, 2008). Perilaku konsumen juga akan mempengaruhi minat seseorang terhadap menggunakan suatu sistem. Konsumen akan cenderung berperilaku positif terhadap suatu sistem apabila sistem tersebut telah dipercayai dan berguna untuk dirinya.

Perilaku konsumen bukanlah suatu hal yang mudah untuk dipahami, karena terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dan saling berhubungan antara satu dengan yang lain. Suatu perusahaan harus

memiliki pemasaran yang dirancang dengan baik dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada sebagai upaya untuk melakukan pendekatan terhadap konsumen. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler *et al* (2008), diantaranya adalah:

1. Faktor budaya, faktor eksternal yang muncul karena adanya kebiasaan dalam masyarakat yang menganggap sesuatu memiliki nilai.
2. Faktor sosial, faktor eksternal yang muncul dari teman, keluarga dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan.
3. Faktor kepribadian, faktor internal yang muncul dari dalam diri suatu individu.
4. Faktor psikologis, faktor internal yang dapat mempengaruhi pikiran dan pendapat untuk mengambil keputusan.

2.2.2 Perceived Ease of Use

A. Pengertian *Perceived Ease of Use*

Menurut Davis (1989) *perceived ease of use* atau yang disebut dengan kemudahan penggunaan adalah suatu sikap kepercayaan individu yang timbul dari adanya kemudahan dalam menggunakan suatu sistem. Kepercayaan seseorang akan tumbuh apabila menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja dan mengurangi

usaha yang berlebihan. Davis menegaskan bahwa suatu aplikasi yang lebih mudah untuk dipahami dan digunakan akan cenderung diterima penggunaannya dibandingkan dengan yang lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia persepsi (*Perceived*) memiliki pengertian proses suatu individu untuk mengetahui beberapa hal melalui panca indranya, sedangkan *ease of use* (kemudahan penggunaan) merupakan segala hal yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha yang dilakukan. Sehingga *perceived ease of use* dapat diartikan sebagai proses suatu individu menggunakan panca indranya untuk mengetahui segala hal yang dapat memberikan kemudahan dan kelancaran dari usaha yang dilakukan.

Menurut Pambudi (2019) *perceived ease of use* adalah kemudahan penggunaan suatu aplikasi akan menentukan perilaku individu untuk menggunakan aplikasi tersebut. *Perceived ease of use* memegang peranan yang cukup penting, karena pengguna selalu mengharapkan suatu sistem yang memiliki kemudahan dalam menggunakannya.

Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an (QS. Al-Insyirah ayat 5-6, yaitu:

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

Artinya: "Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan". (QS. Al-Insyirah: 5-6)

Dalam QS Al-Insyirah diatas Allah Swt tidak pernah menyulitkan hambanya dalam segala hal. Allah memberikan segala kemudahan bagi hambanya dalam langkah kehidupan serta tidak menyulitkan dirinya sendiri. Jika dikaitkan dengan penggunaan *mobile banking* dalam penelitian ini manusia dipermudahkan dalam hal bertransaksi atau kegiatan yang berhubungan dengan uang agar tidak perlu repot-repot datang dan mengantri di bank untuk melakukan transaksi sehingga lebih menghemat waktu (Anendro, 2016).

B. Indikator *Perceived Ease of Use*

Menurut Davis (1989) terdapat 6 indikator yang dapat dijadikan sebagai pengukuran faktor *perceived ease of use*, diantaranya adalah:

1. Kemudahan mempelajari suatu sistem (*easy to learn*)
2. Sistem dapat dikontrol (*controllable*)
3. Interaksi dengan sistem yang jelas serta mudah dimengerti (*clear and understandable*)
4. Fleksibilitas Interaksi (*Flexibility*)
5. Sistem yang digunakan memudahkan untuk terampil (*easy to become skillful*)
6. Sistem mudah untuk digunakan (*easy to use*)

2.2.3 *Perceived Effectiveness*

A. *Pengertian Perceived Efektiveness*

Perceived effectiveness dapat disebut juga dengan persepsi efektivitas. Efektivitas sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki makna efisiensi, kinerja dan adanya kesesuaian kinerja antara orang yang melaksanakan tugas dan tujuan yang ingin dicapai. Dalam hal ini efektivitas menekankan pada tujuan maupun hasil yang akan dicapai.

Menurut Maulidya (2022) efektivitas merupakan suatu hasil yang diperoleh dari menggunakan suatu teknologi sesuai dengan tujuan penggunaannya. Efektivitas merupakan suatu unsur pokok untuk tercapainya tujuan maupun sasaran yang telah ditetapkan oleh organisasi dalam jangka waktu yang panjang maupun jangka waktu yang pendek. Efektivitas akan tercapai apabila apabila tujuan dan sasaran yang ditentukan oleh organisasi dapat tercapai dan dapat dikatakan efektif begitu pula sebaliknya.

Efektivitas penggunaan *mobile banking* memiliki hubungan yang erat dengan kepercayaan, kemudahan penggunaan, daya guna serta kualitas layanan itu sendiri. Salah satu prinsip yang memiliki peranan sangat penting dalam islam yaitu kemudahan. Manusia diberikan kemudahan dalam langkah kehidupannya agar tetap semangat dan tekun terutama dalam menjalankan perintah agama (Affandi, 2022). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 185, yaitu:

يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمْ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمْ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا
اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: “Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan mengagungkan Allah atas petunjuknya yang diberikan kepadamu, agar kamu bersyukur”. (QS Al-Baqarah: 185)

B. Indikator *Perceived Effectiveness*

Maulidya (2022) menjelaskan bahwa terdapat 4 indikator yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari faktor *perceived effectiveness*, diantaranya adalah:

1. Sistem yang digunakan dapat meningkatkan produktivitas individu (*increases productivity*)
2. Sistem yang digunakan dapat meningkatkan kinerja individu (*improves job performance*)
3. Meningkatnya efektivitas kinerja individu dari penggunaan sistem (*enhances effectiveness*)
4. Manfaat yang diperoleh individu dari sistem yang digunakan (*the system is usefull*)

2.2.4 *Feature Availability*

A. Pengertian *Feature Availability*

Feature availability dapat disebut juga dengan ketersediaan fitur.

Menurut Harianto *et al* (2021) fitur merupakan segala sesuatu yang

dapat dilakukan oleh nasabah dalam menggunakan internet banking. Fitur yang bervariasi menjadi karakteristik tersendiri bagi produk perusahaan dengan produk pesaing. Penambahan fitur-fitur baru merupakan salah satu inovasi dari suatu perusahaan. Dengan adanya fitur baru yang lebih berguna dan lebih diperlukan menjadi nilai tambah keefektifan dalam bersaing. Tumbuhnya Kepercayaan konsumen dan keputusan melakukan transaksi secara *online* dan *offline* berkaitan dengan fitur layanan yang memadai. Fitur merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen (Kotler & Keller, 2009).

B. Indikator *Feature Availability*

Menurut Poon (2008) terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan tolak ukur dari faktor *feature availability*, diantaranya sebagai berikut:

1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, nasabah akan mengetahui bagaimana perkembangan produk maupun jasa dari akses informasi yang mudah untuk ditemukan.
2. Keberagaman layanan transaksi, tersedianya berbagai macam layanan transaksi yang akan memenuhi dan menyelesaikan segala pekerjaan nasabah.
3. Keberagaman fitur, keberagaman fitur yang dimiliki dalam *mobile banking* akan membuat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

4. Inovasi produk, inovasi produk berkaitan dengan ketersediaan teknologi yang sesuai, pengenalan produk yang tepat, dan pengembangan atas jasa.

2.2.5 Keamanan

A. Pengertian Keamanan

Menurut Husnayetti & Sestri (2019) keamanan dalam penerapan *online banking* merupakan upaya mengamankan asset informasi dari ancaman yang mungkin timbul, sehingga secara langsung meminimalisir risiko yang mungkin timbul. Persepsi keamanan terkait dengan keyakinan bahwa transaksi dapat diselesaikan dengan aman, dan dalam situasi ini, mudah bagi pengguna untuk berpikir bahwa menggunakan layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi mereka. Keamanan merupakan keyakinan yang dirasakan konsumen bahwa keamanan sistem informasi dan data yang dimiliki tidak dicuri atau disalahgunakan saat melakukan transaksi menggunakan internet (Kahar *et al.*, 2019).

Islam adalah agama yang sangat mementingkan masalah keamanan. Keamanan dalam bentuk privasi sangat diperhatikan oleh pengguna internet. Bentuk privasi seseorang, berupa data diri, lokasi, gambar, video, dan informasi penting lainnya yang berkaitan dengan keamanan di dunia teknologi informasi. Saat menggunakan data yang sensitif dan bersifat pribadi biasanya penyedia aplikasi akan meminta izin terlebih

dahulu sebelum seseorang memasang teknologi pada informasi yang berkaitan dengan data pribadi. Hal ini dilakukan agar tuntutan hukum di masa yang akan datang pada penyedia aplikasi dapat dicegah dan diminimalisir (Faza, 2023). Allah berfirman dalam QS An-Nur ayat 27 yang menjelaskan tentang pentingnya menjaga privasi seseorang, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا
وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Yang demikian itu lebih baik bagimu, agar kamu (selalu) ingat”. (QS An-nur: 27)

B. Indikator Keamanan

Menurut Raman, Arasu, dan Viswanathan (2011) dalam Nursukma *et al* (2021) terdapat beberapa indikator yang dapat dijadikan tolak ukur dari faktor keamanan, diantaranya sebagai berikut:

1. Kerahasiaan data
2. Pengelolaan data
3. Jaminan keamanan

2.2.6 Minat Penggunaan

A. Pengertian Minat Penggunaan

Minat merupakan keinginan dari psikis individu tanpa dorongan dari pihak lain dalam melakukan sesuatu. Minat berarti rasa suka, ketertarikan dan keinginan menggunakan sistem atau teknologi tanpa ada yang memerintah (Marisa, 2020). Menurut Sandy & Firdausy

(2020) penerimaan suatu teknologi dapat dilihat dari keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi tersebut. Penerimaan terhadap teknologi dapat dilihat dari suatu individu yang memiliki keinginan atau ketertarikan yang sangat tinggi untuk menggunakan teknologi. Dalam penelitian ini minat diartikan sebagai ketertarikan seseorang dalam bertransaksi dengan menggunakan *mobile banking*.

Ayat Al-Quran yang menjelaskan tentang minat terdapat pada surah yang pertama kali turun. Ayat pertama pada surah yang pertama kali turun adalah perintah Allah kepada hambanya untuk membaca. Membaca dalam hal ini bukan hanya membaca buku, akan tetapi juga semua aspek. Apakah itu tuntunan untuk membaca cakrawala jagat yang merupakan tanda kebesarannya, serta membaca potensi diri, sehingga dengannya kita dapat mengetahui apa yang sebenarnya dapat menarik minat kita dalam kehidupan Apriliana (2019). Allah berfirman dalam QS Al-Alaq ayat 3-5, yaitu:

اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ

Artinya: “Bacalah dan tuhanmulah yang maha pemurah. Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya”. (QS Al-Alaq: 3-5)

Minat penggunaan berhubungan dengan dengan komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Dalam kaitannya dengan penggunaan, seorang nasabah harus memiliki keinginan terhadap suatu produk yang dimiliki suatu perusahaan sebelum memutuskan untuk menggunakan produk tersebut.

B. Indikator Minat Penggunaan

Menurut Pavlou (2010) dalam Marisa (2020) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur minat penggunaan, diantaranya adalah:

1. Rasa ingin menggunakan
2. Selalu menggunakan
3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang

2.3 Pengaruh Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Perceived Ease of Use* Terhadap Minat Nasabah

Menggunakan *Mobile Banking*

Perceived ease of use atau yang disebut juga dengan persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap suatu aplikasi. Ketika suatu individu mempercayai bahwa penggunaan system atau pelayanan dapat memudahkan dan meningkatkan kinerja (Sandy & Firdausy, 2020). Dengan adanya hal tersebut, individu akan cenderung menggunakan sebuah sistem atau teknologi apabila mudah untuk digunakan.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa hubungan antara *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan suatu aplikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan Bangkara *et al* (2016) mengatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh positif pada *attitude toward using* terhadap minat penggunaan; Fachreza *et al* (2022) mengatakan bahwa

perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap *intention to use*; Sandy & Firdausy (2020) mengatakan bahwa *perceived ease of use* dan *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap minat penggunaan ulang; Haris (2022) mengatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi.

2.3.2 Pengaruh *Perceived Effectiveness* Terhadap Minat Nasabah

Menggunakan *Mobile Banking*

Perceived effectiveness atau yang disebut juga dengan persepsi keefektivitasan merupakan suatu tolak ukur salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap suatu aplikasi. *Perceived effectiveness* yang dimaksud adalah suatu hasil yang diperoleh dengan menggunakan teknologi tertentu sesuai dengan tujuan penggunaannya. Menurut Davis (1989) persepsi penggunaan mengacu pada kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi yang digunakan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kaitan erat antara persepsi penggunaan dengan efektivitas. Menurut Davis (1989) persepsi penggunaan mengacu pada kepercayaan seseorang terhadap suatu teknologi yang digunakan. Dengan adanya peningkatan kegunaan yang didapatkan dari penggunaan aplikasi maka akan semakin tinggi tingkat efektivitas yang didapatkan (Maulidya, 2022). Oleh karenanya *perceived effectiveness* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa hubungan antara *perceived effectiveness* terhadap minat penggunaan suatu aplikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Rohmah *et al.*, 2020) mengatakan bahwa variabel efektivitas penyaluran memiliki pengaruh yang positif terhadap minat membayar ZIS menggunakan *fintech crowdfunding*; (Marisa, 2020) mengatakan bahwa efektivitas berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *financial technology*; (Maulidya, 2022) mengatakan bahwa efektivitas memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *platform crowdfunding QR code*.

2.3.3 Pengaruh *Feature Availability* Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Feature availability atau yang disebut juga dengan ketersediaan fitur merupakan suatu tolak ukur salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap suatu aplikasi. Nasabah akan termotivasi untuk menggunakan layanan *mobile banking* apabila terdapat peningkatan berbagai jenis fitur dan fasilitas. *Mobile banking* akan terlihat menarik jika fitur yang dimiliki memberikan kemudahan, inovasi dan aksesibilitas. Menurut Iqbal & Urrahmah (2021) tumbuhnya Kepercayaan konsumen dan keputusan melakukan transaksi secara *online* dan *offline* berkaitan dengan fitur layanan yang memadai. Menurut Kotler & Keller (2009) Fitur merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Dengan adanya hal tersebut *feature availability* memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa hubungan antara *feature availability* terhadap minat penggunaan suatu aplikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Nugroho & M.Pudjihardjo, 2022) mengatakan bahwa variabel ketersediaan fitur memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi penggunaan aplikasi BSI *mobile*; (Harianto *et al.*, 2021) mengatakan bahwa ketersediaan fitur (*feature availability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

2.3.4 Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Keamanan merupakan suatu tolak ukur salah satu faktor yang mempengaruhi minat penggunaan terhadap suatu aplikasi. Keamanan yang dirasakan diartikan sebagai sejauh mana pengguna memiliki rasa kepercayaan bahwa dengan menggunakan aplikasi tertentu akan aman. Tingkat keamanan dalam melakukan transaksi *online* merupakan masalah penting yang menjadikan pertimbangan untuk menggunakan *online banking*. Hal ini dikarenakan pada saat ini banyak sekali ancaman atau resiko yang mungkin muncul dari penggunaan *online banking*, contohnya saja seperti penipuan. Dengan adanya keamanan ini dapat mengantisipasi asset informasi terhadap ancaman yang mungkin timbul sehingga dapat meminimalisir resiko yang tidak diinginkan (Husnayetti & Sestri, 2019). Oleh karena itu, keamanan memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan.

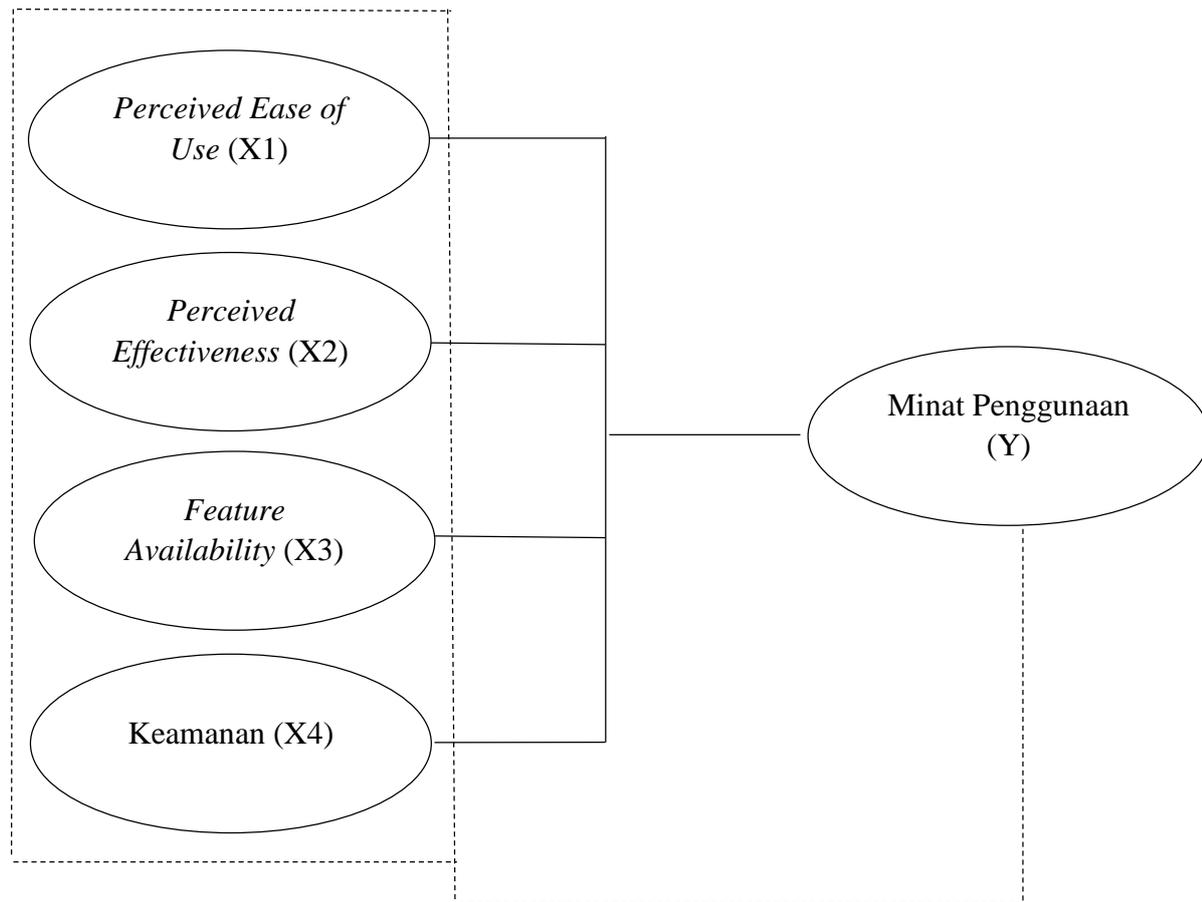
Terdapat beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa hubungan antara keamanan terhadap minat penggunaan suatu aplikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan (Kahar *et al.*, 2019) mengatakan bahwa *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* di Tokopedia.com; (Sudono *et al.*, 2020) mengatakan bahwa *perceived security* memiliki pengaruh secara langsung yang signifikan terhadap niat untuk menggunakan; (Husnayetti & Sestri, 2019) mengatakan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *online banking* pada generasi X.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan ringkasan atau kesimpulan dari berbagai teori yang telah dipaparkan pada kajian teori. Kerangka konseptual adalah penjelasan secara sistematis tentang bagaimana teori-teori tersebut dapat memberikan suatu solusi atau alternative terhadap pemecahan satu masalah tertentu (Rodoni & Herni, 2010).

Kerangka konseptual mengacu pada variabel minat pengguna dalam menggunakan *mobile banking* yang dipengaruhi oleh *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *fitur availability* dan keamanan. Oleh karena itu, penulis menggambarkan beberapa variabel dengan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Keterangan:

Garis Parsial —————

Garis Simultan - - - - -

2.5 Hipotesis

Dilihat dari rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kajian teori, maka dapat dikemukakan suatu hipotesis yang masih memerlukan tahap pengujian untuk membuktikan kebenarannya yaitu sebagai berikut:

- A) H_1 = Terdapat pengaruh signifikan antara *perceived ease of use* terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.
- B) H_2 = Terdapat pengaruh signifikan antara *perceived effectiveness* terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.
- C) H_3 = Terdapat pengaruh signifikan antara *feature availability* terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.
- D) H_4 = Terdapat pengaruh signifikan antara keamanan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.
- E) H_5 = Terdapat pengaruh signifikan antara *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2016) metode kuantitatif merupakan metode yang sudah digunakan sejak lama, sehingga dinamakan dengan metode tradisional. Metode ini disebut metode positivis karena didasarkan pada *filsafat positivisme*. Metode ini adalah metode yang ilmiah karena mengikuti kaidah ilmiah yaitu konkrit empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini juga disebut dengan metode penemuan karena dapat digunakan untuk menemukan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi baru. Sedangkan pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif merupakan penjelasan situasi yang diteliti dengan menggambarkan atau mendeskripsikan suatu keadaan secara objektif yang disajikan dalam bentuk angka sesuai dengan studi kepustakaan (Abdullah, 2015). Dalam penelitian ini pendeskripsian dilakukan pada variabel yang diteliti yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang tingkat *persentase perceived ease of use, perceived effectiveness, feature availability*, dan keamanan dalam minat penggunaan mobile banking.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Dengan nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* sebagai objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Meylianingrum (2017) Populasi merupakan suatu kategori umum yang terdiri dari peristiwa, atau benda yang mempunyai ciri-ciri tertentu dan dapat dijadikan objek kajian. Penelitian ini menggunakan Populasi yang akan diambil dari nasabah pengguna aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia di Kota Malang.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel merupakan bagian dari ukuran dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar, maka ilmuwan tidak mungkin mempelajari semua yang ada dalam populasi tersebut. Sampel digunakan apabila seorang peneliti tidak mampu menggunakan data secara langsung dari jumlah populasi, hal ini dikarenakan adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu yang tersedia untuk peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut.

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lameshow, hal ini disebabkan karena jumlah populasi yang tidak diketahui

secara pasti atau tidak terhingga. Rumus Lameshow untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = Maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,05) atau sampling eror = 5%

Jumlah sampel yang akan diambil melalui rumus diatas adalah:

$$n = \frac{z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,05^2}$$

$$n = 384,16$$

Dari perhitungan rumus diatas dapat diketahui bahwa hasil dari n adalah 384,16 sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini setidaknya berjumlah 385 orang.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* ini

digunakan untuk mengambil sampel dengan karakteristik-karakteristik tertentu untuk memahami suatu informasi dari suatu sumber. Pengambilan sampel *purposive* dikenal dengan pengambilan sampel yang menghakimi, selektif, atau subjektif. *Purposive sampling* ini dilakukan dengan memilih anggota-anggota sampel seperti orang, problem/organisasi, insiden, elemen data yang menggambarkan populasi penelitian (Firmansyah *et al.*, 2022). Dalam penelitian ini terdapat beberapa kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Pengguna aplikasi *Mobile Banking*
3. Berdomisili di Kota Malang

3.5 Data dan Jenis Data

3.5.1 Data primer

Data Primer merupakan sumber informasi data langsung yang diperoleh dari respon dari seseorang atau orang yang telah memberikan jawaban pertanyaan peneliti. Data primer merupakan data yang masih mentah, sehingga diperlukan pengolahan untuk mendapatkan keputusan. Data primer tersebut didapatkan dari penelitian yang dilakukan kepada responden dengan kuesioner (Sugiyono, 2016). Dari pengertian tersebut penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dengan kuesioner pengguna aplikasi *mobile banking*.

3.5.2 Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber informasi tertulis yang didapatkan secara tidak langsung atau berasal dari sumber lain (Abdullah, 2015). Data sekunder dapat diperoleh dari literatur seperti buku, dokumen, jurnal, atau artikel yang dapat dijadikan rujukan pada penelitian ini serta dapat dijadikan landasan teori pada kajian pustaka dalam BAB II.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Bentuk kuesioner pada penelitian ini adalah google form yang berisi tentang pertanyaan-pertanyaan serta biodata responden. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner adalah teknik pengumpulan untuk mengambil data yang efektif jika peneliti mengetahui secara pasti variabel yang diukur dan mengetahui apa yang dapat diharapkan dari tertuduh. Selain itu, kuesioner cocok digunakan jika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di seluruh wilayah (Sugiyono, 2016). Selain itu penelitian ini juga menggunakan rujukan berupa literatur seperti jurnal, buku, artikel, skripsi dan referensi lainnya yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.7 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

3.7.1 Variabel Bebas (*Independent Variables*)

Variabel bebas merupakan suatu faktor yang dapat mempengaruhi atau yang akan menjadi penyebab perubahan pada variabel terikat. Variabel ini dapat berdiri sendiri atau tidak bergantung dengan variabel lain. Pada penelitian ini, variabel bebas yang digunakan diantaranya adalah *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan.

3.7.2 Variabel Terikat (*Dependent Variables*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini tidak dapat berdiri sendiri atau bergantung dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah minat penggunaan.

Tabel 3.1

Pengukuran Variabel

No	Variabel	Indikator	Item
1	<i>Perceived Ease of Use</i> (X ₁), Davis (1989)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mempelajari suatu sistem 2. Sistem dapat dikontrol 3. Interaksi dengan sistem yang jelas serta mudah dimengerti 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI mudah untuk digunakan. 2. Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI mudah digunakan sesuai keinginan saya.

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item
		4. Sistem mudah untuk digunakan	3. Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI jelas dan mudah dimengerti. 4. Aplikasi <i>mobile banking</i> BSI mudah menjadikan terampil. 5. Saya merasa terampil ketika menggunakan <i>mobile banking</i> BSI. 6. Secara keseluruhan aplikasi <i>mobile banking</i> BSI mudah digunakan.
2	<i>Perceived Effectiveness</i> (X ₂), Maulidya (2022)	1. Sistem yang digunakan dapat meningkatkan produktivitas individu. 2. Sistem yang digunakan dapat meningkatkan kinerja individu. 3. Meningkatnya efektivitas kinerja individu dari penggunaan sistem. 4. Manfaat yang diperoleh individu dari sistem yang digunakan.	1. Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan produktivitas individu. 2. Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan kinerja individu. 3. Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu. 4. Secara keseluruhan menggunakan <i>mobile</i>

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item
			<i>banking</i> dapat bermanfaat bagi saya
3	<i>Feature Availability</i> (X ₃), Poon (2008)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa 2. Keberagaman layanan transaksi 3. Keberagaman fitur 4. Inovasi produk 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI karena fitur yang menarik. 2. Menggunakan fitur <i>mobile banking</i> BSI karena fitur layanan transfer utilitas publik. 3. Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI karena fitur keterangan saldo. 4. Menggunakan <i>mobile banking</i> BSI karena fitur yang inovatif.
4	Keamanan (X ₄), Nursukma <i>et al</i> (2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerahasiaan data 2. Pengelolaan data 3. Jaminan keamanan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Mobile banking</i> BSI yang digunakan dapat menjaga informasi pribadi. 2. Merasa aman membagi informasi pribadi kepada <i>mobile banking</i> BSI 3. <i>Mobile banking</i> BSI menawarkan keamanan <i>online</i> yang cukup

Lanjutan Tabel 3.1

No	Variabel	Indikator	Item
			<p>4. Merasa dilindungi ketika melakukan transaksi <i>online</i> dengan BSI.</p> <p>5. Merasa aman dan yakin informasi pribadi yang diberikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak ke tiga.</p>
5	Minat Penggunaan (Y), Marisa (2020)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rasa ingin menggunakan 2. Selalu menggunakan 3. Berlanjut menggunakan dimasa yang akan datang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berencana ingin menggunakan <i>mobile banking</i>. 2. Selalu menggunakan <i>mobile banking</i> BSI dalam melakukan transaksi keuangan. 3. Berencana untuk menggunakan <i>mobile banking</i> BSI dalam melakukan transaksi keuangan. 4. Berencana untuk terus menggunakan <i>mobile banking</i> BSI karena memudahkan saat melakukan transaksi keuangan.

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah didefinisikan secara khusus oleh para peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2016). Skala likert dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur indikator-indikator pertanyaan yang diberikan kepada responden. Penilaian diukur dari sikap atau pendapat dari responden. Responden akan diminta untuk mengisi kuisisioner yang meminta mereka menunjukkan tingkat persetujuan mereka dengan serangkaian pertanyaan yang diberikan. Tingkat kesesuaian yang disebutkan dalam skala ini adalah sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS), tingkatan sangat setuju dengan nilai 5

4 = Setuju (S), tingkatan setuju dengan nilai 4

3 = Netral (N), tingkatan netral dengan nilai 3

2 = Tidak Setuju (TS), tingkatan tidak setuju dengan nilai 2

1 = Sangat Tidak Setuju (STS), Tingkatan sangat tidak setuju dengan nilai 1

3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.9.1 Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji pada suatu pertanyaan dalam kuesioner untuk melihat valid atau tidaknya pertanyaan tersebut (Wicaksono,

2017). Instrument yang valid adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2016). Suatu item dapat dikatakan layak atau tidak, dapat dilakukan dengan uji signifikansi dengan nilai signifikansi *person correlation* lebih kecil dari 0,05 yang berarti suatu item dapat dikatakan valid apabila mempunyai hubungan yang signifikan dan berkorelasi signifikan dengan total skor (Wicaksono & Trisasmata, 2018). Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid (Sanaky *et al.*, 2021).

3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas alat yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi hasil dari pengukuran kuesioner yang merupakan indikator variabel (Wicaksono, 2017). Instrument dapat menghasilkan data yang dipercaya apabila pengukuran yang dilakukan menunjukkan hasil data yang reliabel. SPSS menyediakan fungsionalitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha*. Variabel penelitian dapat dikatakan reliabel dan konsisten apabila nilai dari *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,60 (Wicaksono & Trisasmata, 2018).

3.10 Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis statistik deskriptif. Analisis Statistik deskriptif adalah menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah

dikumpulkan dengan menggunakan analisis statistik (Wicaksono, 2017). Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Berikut ini adalah beberapa langkah yang digunakan untuk analisis data yaitu:

3.10.1 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik terdiri dari uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas. Menurut Bawono (2006) Pengujian ini dilakukan agar analisis regresi yang berhubungan dengan segala upaya untuk mencapai model regresi yang handal sesuai dengan prinsip BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

1. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terdapat pertidaksamaan varian dan residu untuk seluruh observasi pada model regresi. Pengujian multikolinearitas memiliki tujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi diantara variabel independen. Agar dapat mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui toleransi dan varians memiliki hubungan yang berlawanan. Kriteria untuk mengambil keputusan tentang ada tidaknya multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- Apabila nilai VIF disekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati satu, maka dikatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi

- Apabila koefisien antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak dapat gejala multikolinearitas dan sebaliknya jika nilainya besar (Sujarweni, 2019).

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan suatu peristiwa dimana terdapat pertidaksamaan varian dari residu untuk seluruh observasi pada model regresi. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan grafik scatterplot, pengujian yang dilakukan dengan cara melihat ZPRED nilai prediksi variabel terikat dengan SRESID (residualnya) pada grafik plot. Apabila pola titik-titik pada grafi scatterplot tidak berbentuk dan menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat gejala hetrokedastisitas (Ghozali, 2013).

3. Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk memahami apakah suatu variabel yang didapatkan dari model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji normal *Kolmogorov-smirnov*. Pengujian *Kolmogorov-smirnov* yaitu data terdistribusi normal apabila nilai $\text{sig} \geq 0,05$. Sedangkan apabila nilai $\text{sig} \leq 0,05$ artinya data tidak terdistribusi normal (Suliyanto, 2011).

3.10.2 Uji Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini adalah analisis data menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan dengan melibatkan diantara dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X1, X2, X3 dan X4). Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar beberapa variabel bebas secara bersama terhadap variabel terkait (Sugiyono, 2008). Persamaan linier menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Y = Minat Penggunaan

a = Konstanta

B = koefisien regresi berganda variabel independen

X1 = *Perceived ease of use*

X2 = *Perceived effectiveness*

X3 = *Feature availability*

X4 = Keamanan

e = Standar error

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar tingkat hubungan antar variabel terikat dengan variabel bebas, maupun seberapa besar kontribusi variabel mempengaruhi terhadap variabel terikat

(Meylianingrum et al., 2020). Nilai dari koefisien determinasi dapat digunakan untuk mendeskripsikan tentang tingkat korelasi antara variabel independen dan dependen (Iswanto *et al.*, 2022).

Terdapat beberapa ciri-ciri nilai koefisien determinasi (R^2), diantaranya yaitu:

- Besarnya nilai R^2 berada antara 0 sampai dengan 1, atau ($0 = R^2 = 1$)
- Nilai 0 menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Nilai 1 menyatakan bahwa terdapat hubungan yang sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat.

3. Uji t_{Test} (Pengujian Secara Parsial)

Menurut Bawono (2006) pengujian t_{Test} memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial (sendiri-sendiri). Pengujian t_{Test} dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} secara individu dari masing-masing variabel terikat dengan tingkat kepercayaan tertentu pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0,05$). Pengujian ini menunjukkan seberapa besar variabel *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan kemanan dapat mempengaruhi minat penggunaan. Berikut ini merupakan pengambilan keputusan berdasarkan pengujian t_{Test} , yaitu:

- Apabila $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, maka $H_{(1,2,3,4)}$ diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen.
- Apabila $T_{hitung} \leq T_{tabel}$, maka H_0 diterima dan $H_{(1,2,3,4)}$ ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen.

4. Uji F_{Test} (Pengujian Secara Simultan)

Menurut Bawono (2006) uji F_{Test} memiliki tujuan untuk melihat seberapa besar variabel bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability* dan keamanan terhadap minat dalam menggunakan mobile banking BSI secara simultan. Uji F_{Test} dilakukan dengan melihat hasil dari perhitungan SPSS Anova yang membandingkan Mean Square dari regresi dan *Mean Square* dari residual sehingga dapat diperoleh F_{hitung} . Tingkat kepercayaan tertentu pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0,05$). Berikut ini merupakan rumus untuk mencari F_{hitung} :

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

Keterangan:

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah sampel

Dari hasil perhitungan diatas maka diperoleh pengambilan keputusan diantaranya sebagai berikut:

- Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_5 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keseluruhan variabel independen dengan variabel dependen secara bersamaan.
- Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_5 ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keseluruhan variabel independen dengan variabel independen secara bersamaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

A. Profil Aplikasi Mobile Banking BSI

PT. Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan perbankan dan lembaga keuangan syariah yang berada di Indonesia dan berdiri pada tanggal 1 Februari 2021 yang diresmikan langsung oleh Presiden Joko Widodo. Bank BSI ini merupakan penggabungan dari tiga bank syariah BUMN terbesar terdiri dari: Bank BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah, dan Bank BNI Syariah. OJK secara resmi telah mengeluarkan surat izin penggabungan ketiga bank syariah BUMN melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 pada tanggal 27 Januari 2021. Penggabungan dari ketiga bank syariah BUMN ini memiliki tujuan agar Indonesia dapat menjadikan pusat ekonomi dan keuangan syariah.

Bank Syariah Indonesia memiliki aplikasi *Mobile Banking* yang diberi nama *BSI Mobile*. Aplikasi ini diluncurkan bersamaan dengan berdirinya PT. Bank Syariah Indonesia yaitu pada tanggal 1 Februari 2021. *BSI Mobile* adalah salah satu fasilitas yang diberikan kepada nasabah agar memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan. *BSI Mobile*

dapat digunakan untuk melakukan transaksi secara online karena telah memiliki akses ke rekening tabungan nasabah. Aplikasi ini dapat diakses dengan ponsel pintar baik Android maupun iOS, sehingga dapat digunakan kapanpun dan dimanapun.

B. Jenis Dan Fitur Layanan BSI Mobile

Fitur yang terdapat dalam *mobile banking* merupakan suatu pelayanan yang diberikan oleh perbankan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada nasabah. Terdapat beberapa fitur yang tersedia pada BSI *Mobile* untuk memberikan layanan yang terbaik kepada para nasabahnya, diantaranya sebagai berikut:

1. Informasi Rekening

Nasabah dapat menggunakan fitur ini untuk mengetahui transaksi rekening, seperti keterangan jumlah saldo, catatan mutasi, informasi portofolio, catatan transaksi terjadwal, dan registrasi notifikasi.

2. Transfer

Fitur transfer dapat memudahkan nasabah untuk mengirim uang dengan sesama rekening BSI maupun rekening bank lain baik transfer Sistem Kliring Nasional (SKN) atau transfer online.

3. Pembayaran

Fitur pembayaran yang terdapat pada BSI *Mobile* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan berbagai macam

transaksi pembayaran diantaranya: Layanan internet dan TV kabel, PLN pascabayar, Asuransi, *E-commerce*, Biaya akademik/pendidikan, PDAM, BPJS, Haji dan Umroh, Hasanah Card, Perusahaan Gas Negara (PGN).

4. Pembelian

Fitur pembelian memberikan penawaran berupa transaksi pembelian kepada nasabahnya, yakni berupa jenis pembelian Token Listrik, *Voucher* HP, *E-money*, *Top Up*, Paket data, Layanan *streaming* video dan musik, dan lain-lain.

5. Layanan Islami

Selain fitur untuk melakukan transaksi keuangan *BSI Mobile* juga menyediakan fitur layanan islami, diantaranya: Juz Amma, Asmaul Husna, Hikmah, dan Kalkulator Kurban.

6. Berbagi Ziswaf

Bank Syariah Indonesia memberikan layanan bagi para nasabahnya yang ingin berdonasi kepada sesama, yakni zakat, infak, fidyah, dan wakaf. Selain itu *BSI Mobile* juga dilengkapi dengan fitur transaksi lain, seperti *JadiBerkah.id*, kalkulator zakat, *warteg mobile*, *kitabisa*, dan *dompet dhuafa*.

7. E-mas

Fitur ini diberikan kepada nasabah yang berminat untuk berinvestasi emas, sehingga memudahkan mereka untuk melakukan investasi emas secara online. Nasabah dapat

melakukan pembelian, menjual dan menggadaikan emas langsung dengan aplikasi BSI Mobile.

8. Favorite

Fitur dan layanan yang tersedia pada BSI Mobile sangat beragam, namun tidak semua fitur yang disediakan digunakan oleh nasabah. Fitur favorite ini bisa digunakan nasabah untuk menyimpan fitur yang sering mereka gunakan, contohnya transfer, pembelian, pembayaran, dan sebagainya.

9. Tarik Tunai Tanpa Kartu

Fitur ini memfasilitasi nasabah yang ingin melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM. Fitur ini memudahkan nasabah apabila kartu ATM yang dimiliki tertinggal atau hilang, sehingga nasabah akan tetap bisa melakukan penarikan uang melalui ATM.

10. QRis

Fitur ini merupakan fitur pembayaran digital dengan scan code. Dengan rekening yang dimiliki oleh nasabah transaksi dapat dengan mudah dilakukan melalui scan QR yang telah disediakan.

C. Keunggulan BSI Mobile

Terdapat beberapa keunggulan yang dapat bermanfaat bagi nasabah dalam menggunakan BSI Mobile, diantaranya adalah:

1. Layanan 24 Jam

Layanan yang digunakan nasabah melalui BSI Mobile dapat digunakan kapan saja dan dimanapun, hingga malam sekalipun. Layanan ini sangat dibutuhkan dalam keadaan yang mendesak, misalnya ketika melakukan pembayaran pendidikan jika tidak memiliki cukup waktu atau terkendala jarak untuk pergi ke sekolah atau kampus maka dapat dibayarkan secara online yaitu dengan menggunakan aplikasi BSI Mobile.

2. Transaksi Lebih Aman

BSI Mobile telah menggunakan dua sistem keamanan, yakni password untuk masuk ke akun rekening nasabah pada BSI Mobile dan PIN ketika nasabah ingin melakukan transaksi dan masuk ke fitur yang akan digunakan. BSI Mobile akan terblokir apabila password dan PIN yang digunakan tidak sesuai.

3. Fitur Islami

Fitur ini menampilkan layanan terkait informasi jadwal shalat, arah kiblat, Asmaul Husna, dan lain sebagainya. Layanan ini memudahkan nasabah untuk melakukan ibadahnya.

4. Kemudahan Dalam Melakukan Kebaikan.

BSI Mobile menyediakan fitur berinfaq, sehingga nasabah dapat dengan mudah berinfaq dimanapun dan kapan saja. Ketika nasabah telah selesai melakukan transaksi, maka layanan ini dengan sendirinya akan memunculkan pertanyaan “apakah anda

ingin berinfaq?” apabila nasabah ingin berinfaq maka tinggal klik ya dan ikuti arahan yang telah ditentukan.

4.1.2 Deskripsi Data Responden

Pada penelitian ini, data responden dengan jumlah 385 orang yang telah diselidiki perlu dilakukan pengelompokan berdasarkan karakteristik masing-masing. Karakteristik yang digunakan meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, alamat domisili, pekerjaan, dan pendapatan. Berikut ini merupakan hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah didistribusikan.

A. Jenis Kelamin

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 2 kelompok berdasarkan jenis kelaminnya yaitu laki-laki dan perempuan secara detail sebagai berikut:

Tabel 4.1

Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	171	44,4%
Perempuan	214	55,6%
Total Responden	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa total responden pada penelitian ini sebesar 385 responden. Responden dengan jenis

kelamin laki-laki sebesar 171 responden (44,4%), sedangkan responden dengan jenis kelamin perempuan sebesar 214 responden (55,6%). Maka, responden dengan jenis kelamin perempuan lebih dominan dibandingkan dengan responden yang berjenis kelamin laki-laki.

B. Usia

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 5 tingkatan usia secara detail disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tabel Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Persentase
≤ 20 Tahun	26	6,8%
21-30 Tahun	193	50,1%
31-40 Tahun	105	27,3%
41-50 Tahun	42	10,9%
≥ 50 Tahun	19	4,9%
Total Responden	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa persentase usia responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebesar 26 responden (6,8%), usia 21-30 tahun sebesar 193 responden (50,1%), usia 31-40 tahun sebesar 105 responden (27,3%), usia 41-50 tahun sebesar 42 responden (10,9%), dan usia lebih dari 50 tahun sebesar 19 responden

(4,9%) dengan total responden sebanyak 385. Sehingga, responden dengan rentang usia 21-30 tahun lebih mendominasi dalam menggunakan *BSI Mobile*.

C. Pendidikan Terakhir

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 5 tingkatan pendidikan terakhir yang secara rinci disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3

Tabel Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase
SD Sederajat	-	-
SMP Sederajat	33	8,6%
SMA Sederajat	208	54%
Diploma	42	11,2%
Sarjana	101	26,2%
Total Respondem	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari total 385 responden jumlah dan persentase pendidikan terakhir yaitu SD sederajat sebesar 0 responden (0%), SMP sederajat sebesar 33 responden (8,6%), SMA sederajat sebesar 208 responden (54%), Diploma sebesar 42 responden (11,2%), dan Sarjana sebesar 101 responden (26,2%).

Sehingga, responden dengan pendidikan terakhir SMA sederajat lebih mendominasi dibandingkan dengan responden dengan pendidikan terakhir lainnya.

D. Alamat Domisili

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 5 tingkatan alamat domisili yang secara detail disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tabel Alamat Domisili Responden

Alamat Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Kecamatan Blimbing	56	14,5%
Kecamatan Kedungkandang	85	22,1%
Kecamatan Klojen	48	12,5%
Kecamatan Lowokwaru	131	34%
Kecamatan Sukun	65	16,9%
Total Respondem	385	100%

Sumber: Data diolah primer, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari total 385 responden jumlah dan persentase alamat domisili yakni Kecamatan Blimbing sebesar 56 responden (14,5%), Kecamatan Kedungkandang sebesar 85 responden (22,1%), Kecamatan Klojen sebesar 48 responden (12,5%), Kecamatan Lowokwaru sebesar 131 responden (34%), dan

Kecamatan Sukun sebesar 65 (16,9%). Sehingga, responden yang berdomisili di Kecamatan Lowokwaru lebih mendominasi dibandingkan dengan responden yang berdomisili di Kecamatan lain.

E. Pekerjaan

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 5 jenis pekerjaan yang secara rinci disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Tabel Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	135	35,1%
Pegawai Swasta	56	14,5%
Pegawai Negeri	52	13,5%
Wiraswasta	90	23,4%
Lainnya	52	13,5%
Total Respondem	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari total 385 responden jumlah dan presentase jenis pekerjaan yakni pelajar/mahasiswa sebesar 135 responden (35,1%), pegawai swasta sebesar 56 responden (14,5%), pegawai negeri sebesar 52 responden (13,5%), wiraswasta sebesar 90 responden (23,4%), dan dengan jenis profesi lainnya sebesar 52 responden (13,5%). Sehingga, responden

dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa lebih dominan dibandingkan responden dengan pekerjaan lainnya.

F. Pendapatan

Penelitian ini mengelompokkan responden menjadi 6 tingkatan pendapatan yang secara rinci disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tabel Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
$\leq 1.000.000$	54	14%
1.000.000 - 2.000.000	91	23,6%
2.000.000 - 3.000.000	84	21,8%
3.000.000 - 4.000.000	106	27,5%
4.000.000 - 5.000.000	34	8,8%
$\geq 5.000.000$	16	4,2%
Total Respondem	385	100%

Sumber: Data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari total 385 responden jumlah dan presentase pendapatan yakni dibawah Rp1.000.000 sebesar 54 responden (14%), antara Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000 sebesar 91 responden (23,6%), antara Rp2.000.000 hingga Rp3.000.000 sebesar 84 responden (21,8%), antara Rp3.000.000 hingga Rp4.000.000 sebesar 106 responden (27,5%), antara Rp4.000.000 hingga Rp5.000.000 sebesar 34 responden (8,8%), dan diatas

Rp5.000.000 sebesar 16 responden (4,2%). Sehingga, responden dengan pendapatan sebesar antara Rp3.000.000 hingga Rp4.000.000 lebih dominan dibandingkan responden dengan pendapatan lainnya.

4.1.3 Distribusi Jawaban Responden

Distribusi jawaban responden terhadap *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability*, keamanan, dan minat menggunakan adalah sebagai berikut:

A. Variabel *Perceived Ease of Use*

Pada penelitian ini variabel *perceived ease of use* memiliki 6 indikator. Dalam kuesioner penelitian ini distribusi jawaban responden terhadap variabel *perceived ease of use* disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel (X1)

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
<i>Perceived Ease of Use</i>	X1.1	27	31	104	117	106	3.63
	X1.2	30	30	98	124	103	3.62
	X1.3	27	23	101	130	104	3.68
	X1.4	26	26	107	126	100	3.64
	X1.5	24	31	120	104	106	3.62
	X1.6	21	14	104	135	111	3.78

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan pengguna merasa mudah saat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (X1.1) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 117 responden
- b. Pernyataan aplikasi *mobile banking* BSI mudah digunakan sesuai keinginan pengguna (X1.2) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 124 responden.
- c. Pernyataan aplikasi *mobile banking* BSI yang digunakan pengguna jelas dan mudah dimengerti (X1.3) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 130 responden.
- d. Pernyataan aplikasi *mobile banking* BSI yang digunakan pengguna mudah untuk menjadikan terampil (X1.4) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 126 responden.
- e. Pernyataan pengguna merasa terampil ketika menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (X1.5) menunjukkan distribusi jawaban responden yang cenderung netral dengan jumlah 120 responden.
- f. Pernyataan secara keseluruhan pengguna merasa aplikasi *mobile banking* BSI mudah saat digunakan (X1.6) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 135 responden.

B. Variabel *Perceived Effectiveness*

Pada penelitian ini variabel *perceived effectiveness* memiliki 4 indikator. Dalam kuesioner penelitian ini distribusi jawaban responden

terhadap variabel *perceived effectiveness* disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel (X2)

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
<i>Perceived Effectiveness</i>	X2.1	23	21	106	132	103	3.70
	X2.2	28	21	115	106	115	3,67
	X2.3	22	23	118	119	103	3.67
	X2.4	19	14	111	139	102	3.76

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI dapat meningkatkan produktivitas (X2.1) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 132 responden.
- b. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking dapat meningkatkan kinerja (X2.2) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung netral dan sangat setuju dengan jumlah 115 responden.
- c. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI dapat meningkatkan efektivitas kinerja (X2.3) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 119 responden.

- d. Pernyataan secara keseluruhan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI bermanfaat (X2.4) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 139 responden.

C. Variabel Feature Availability

Pada penelitian ini variabel feature availability memiliki 4 indikator. Dalam kuesioner ini distribusi jawaban responden terhadap variabel feature availability disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel (X3)

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
<i>Feature Availability</i>	X3.1	27	31	110	124	93	3.58
	X3.2	28	25	108	120	104	3,64
	X3.3	23	21	97	135	109	3.74
	X3.4	26	18	106	114	121	3.74

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pernyataan aplikasi mobile banking yang digunakan oleh pengguna memiliki fitur yang menarik (X3.1) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 124 responden.
- Pernyataan pengguna menggunakan aplikasi mobile banking karena adanya fitur layanan transfer utilitas publik (X3.2) menunjukkan

distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 120 responden.

- c. Pernyataan pengguna menggunakan aplikasi mobile banking BSI karena adanya fitur keterangan saldo (X3.3) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 135 responden.
- d. Pernyataan aplikasi mobile banking yang digunakan oleh pengguna memiliki fitur yang inovatif (X3.4) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung sangat setuju dengan jumlah 121 responden.

D. Variabel Keamanan

Pada penelitian ini variabel keamanan memiliki 5 indikator. Dalam kuesioner ini distribusi jawaban responden terhadap variabel keamanan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10

Tabel Distribusi Frekuensi Variabel (X4)

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
Keamanan	X4.1	32	34	100	126	93	3.56
	X4.2	27	25	100	121	112	3,69
	X4.3	26	22	109	125	103	3.67
	X4.4	24	29	119	120	93	3.59
	X4.5	21	22	112	118	96	3.72

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel 4.10 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI yang digunakan dapat menjaga kerahasiaan data pribadi (X4.1) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 126 responden.
- b. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI dapat melindungi privasi dan data pribadi (X4.2) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 121 responden.
- c. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking yang digunakan memiliki keamanan online yang cukup (X4.3) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 125 responden.
- d. Pernyataan pengguna merasa aplikasi mobile banking BSI memiliki fitur yang menjamin keamanan dalam menggunakan aplikasi mobile banking BSI (X4.4) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 120 responden.
- e. Pernyataan pengguna merasa aman dan yakin informasi pribadi yang diberikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak ketiga (X4.5) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 118 responden.

E. Variabel Minat Menggunakan

Pada penelitian ini variabel minat menggunakan memiliki 4 indikator. Dalam kuesioner ini distribusi jawaban responden terhadap variabel minat menggunakan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.11**Tabel Distribusi Frekuensi Variabel (Y)**

Variabel	Item Pernyataan	Skor					Mean
		STS	TS	N	S	SS	
Minat Menggunakan	Y1.1	24	35	112	118	96	3.59
	Y1.2	21	16	121	126	101	3,70
	Y1.3	28	28	101	129	99	3.63
	Y1.4	23	13	106	139	104	3.75

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dari tabel 4.11 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Pernyataan pengguna berminat dalam menggunakan aplikasi mobile banking BSI (Y1.1) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 118 responden.
- b. Pernyataan pengguna berminat dalam menggunakan aplikasi mobile banking BSI secara sering saat melakukan transaksi keuangan (Y1.2) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 126 responden.
- c. Pernyataan pengguna berencana untuk menggunakan mobile banking BSI dalam melakukan transaksi keuangan (Y1.3) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 129 responden.
- d. Pernyataan pengguna berencana untuk terus menggunakan mobile banking BSI karena kemudahan saat melakukan transaksi keuangan

(Y1.4) menunjukkan distribusi jawaban responden cenderung setuju dengan jumlah 139 responden.

4.1.4 Uji Instrumen

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji pada suatu pertanyaan dalam kuesioner untuk melihat valid atau tidaknya pertanyaan tersebut (Wicaksono, 2017). Instrument yang valid adalah instrument yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2016). Suatu item dapat dikatakan layak atau tidak, dapat dilakukan dengan uji signifikansi dengan nilai signifikansi *person correlation* lebih kecil dari 0,05 yang berarti suatu item dapat dikatakan valid apabila mempunyai hubungan yang signifikan dan berkorelasi signifikan dengan total skor (Wicaksono & Trisasma, 2018). Jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total atau dinyatakan valid (Sanaky *et al.*, 2021). Hasil uji validitas dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 4.12

Tabel Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
<i>Perceived Ease of Use</i>	X1.1	0,417	0,100	VALID
	X1.2	0,230	0,100	VALID
	X1.3	0,442	0,100	VALID
	X1.4	0,428	0,100	VALID
	X1.5	0,418	0,100	VALID
	X1.6	0,381	0,100	VALID
<i>Perceived Effectiveness</i>	X2.1	0,571	0,100	VALID
	X2.2	0,525	0,100	VALID
	X2.3	0,485	0,100	VALID
	X2.4	0,440	0,100	VALID
<i>Feature Availability</i>	X3.1	0,476	0,100	VALID
	X3.2	0,249	0,100	VALID
	X3.3	0,481	0,100	VALID
	X3.4	0,636	0,100	VALID
Kemanan	X4.1	0,389	0,100	VALID
	X4.2	0,422	0,100	VALID
	X4.3	0,467	0,100	VALID
	X4.4	0,407	0,100	VALID
	X4.5	0,402	0,100	VALID
Minat Penggunaan	Y1.1	0,492	0,100	VALID
	Y1.2	0,475	0,100	VALID
	Y1.3	0,431	0,100	VALID

	Y1.4	0,433	0,100	VALID
--	------	-------	-------	-------

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dilihat dari tabel uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel, sehingga dikatakan valid dan bisa digunakan untuk penelitian.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas alat yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi hasil dari pengukuran kuesioner yang merupakan indikator variabel (Wicaksono, 2017). Instrument dapat menghasilkan data yang dipercaya apabila pengukuran yang dilakukan menunjukkan hasil data yang reliabel. SPSS menyediakan fungsionalitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji *statistic Cronbach Alpha*. Variabel penelitian dapat dikatakan reliabel dan konsisten apabila nilai dari *Cronbach Alpha* sama dengan atau lebih besar dari 0,60 (Wicaksono & Trisasmata, 2018). Hasil uji reliabilitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.13

Tabel Uji Reliabilitas

<u>Variabel</u>	<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>	<u>Keterangan</u>
<i>Perceived Ease of Use</i> (X1)	0,856	6	<u>Reliabel</u>
<i>Perceived Effectiveness</i> (X2)	0,632	4	<u>Reliabel</u>
<i>Feature Availability</i> (X3)	0,691	4	<u>Reliabel</u>
<u>Keamanan</u> (X4)	0,718	5	<u>Reliabel</u>
<u>Minat Menggunakan</u> (Y)	0,676	4	<u>Reliabel</u>

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Dilihat dari tabel uji reliabilitas di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur seluruh variabel memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,6, sehingga dikatakan reliabel dan bisa digunakan untuk penelitian.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas adalah suatu keadaan dimana terdapat pertidaksamaan varian dan residu untuk seluruh observasi pada model regresi. Agar dapat mengetahui adanya multikolinearitas dapat dilihat melalui toleransi dan varians memiliki hubungan yang berlawanan. Kriteria untuk mengambil keputusan tentang ada tidaknya multikolinearitas yaitu apabila nilai VIF disekitar angka 1 atau memiliki toleransi mendekati satu, maka dikatakan tidak terdapat gejala

multikolinearitas dalam model regresi. Apabila koefisien antar variabel bebas kurang dari 0,5 maka tidak dapat gejala multikolinearitas dan sebaliknya jika nilainya besar (Sujarweni, 2019).

Tabel 4.14

Tabel Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,229	4,369
<i>Perceived Effectiveness</i>	0,284	3,524
<i>Feature Availability</i>	0,442	2,264
Keamanan	0,344	2,908

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai VIF dibawah 5. Berarti bahwa seluruh variabel *perceived ease of use*, variabel *perceived effectiveness*, variabel *feature availability*, dan variabel keamanan dalam kuesioner dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas.

B. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas merupakan suatu peristiwa dimana terdapat pertidaksamaan varian dari residu untuk seluruh observasi pada model regresi. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan dengan grafik scatterplot, pengujian yang dilakukan dengan cara melihat ZPRED nilai

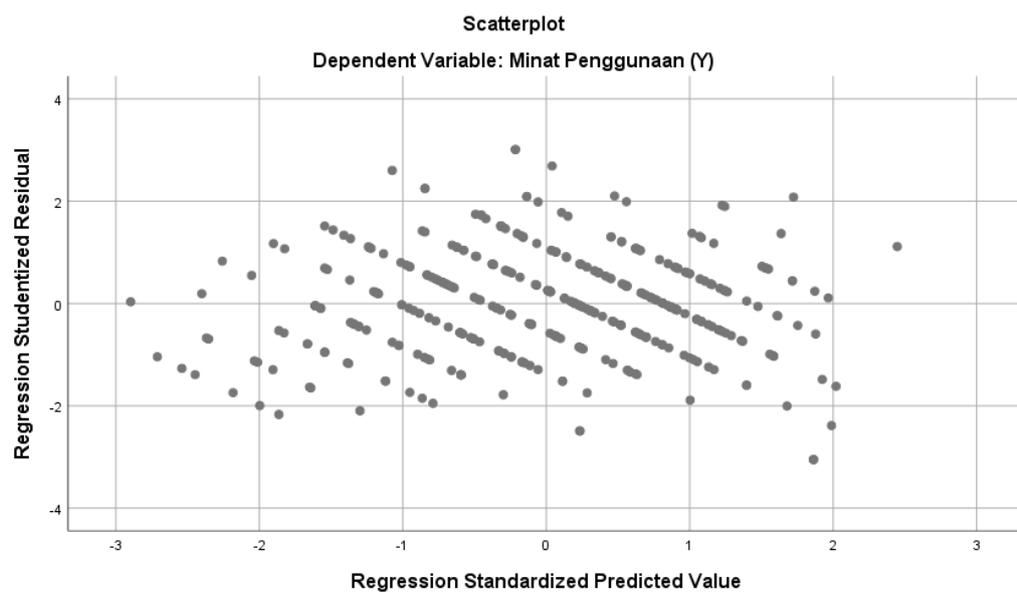
prediksi variabel terikat dengan SRESID (residualnya) pada grafik plot. Apabila pola titik-titik pada grafi scatterplot tidak berbentuk dan menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat gejala hetrokedastisitas (Ghozali, 2013).

Sehingga hasil dari penelitian ini dijelaskan dengan hasil analisis grafik yaitu scatterplot, titik-titik harus terbentuk menyebar secara acak, tersebar baik diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jika kondisi ini terpenuhi maka tidak terdapat gejala heterokedastisitas dan model regresi layak untuk digunakan. berikut ini adalah hasil uji heterokedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot:

Gambar 4.1

Grafik Scatterplot

Sumber: Output SPSS 25



Berdasarkan grafik scatterplot dari gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi yang digunakan.

C. Uji Normalitas

Pengujian normalitas memiliki tujuan untuk memahami apakah suatu variabel yang didapatkan dari model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan uji normal *Kolmogorov-smirnov*. Pengujian *Kolmogorov-smirnov* yaitu data terdistribusi normal apabila nilai sig $\geq 0,05$. Sedangkan apabila nilai sig $\leq 0,05$ artinya data tidak terdistribusi normal (Suliyanto, 2011). Hasil uji normalitas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.15

Tabel Uji Normalitas

N		385
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	<u>Std Deviation</u>	1,22038789
	Absolute	0,034
	Positive	0,023
	Negative	-0,034
Test Statistic		0,034
<u>Asymp sig (2-Tailed)</u>		0,200

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa data dalam penelitian ini mempunyai nilai Sig (Asymp.Sig(2-Tailed) lebih dari 0,05 yang berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal.

4.1.6 Uji Hipotesis

A. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar beberapa variabel bebas secara bersama terhadap variabel terkait (Sugiyono, 2008). Tabel dari hasil dari uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.16

Tabel Uji Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig
	B	Std. Error			
Constanta	1,899	0,548		3,466	0,001
<i>Perceived Ease of Use</i>	0,339	0,050	0,440	6,836	0,000
<i>Perceived Effectiveness</i>	0,015	0,053	0,017	0,292	0,771
<i>Feature Availability</i>	-0,278	0,045	-0,287	-6,188	0,000
<u>Keamanan</u>	0,504	0,045	0,591	11,260	0,000

Dari hasil uji regresi linier diatas dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini menghasilkan persamaan sebagai berikut:

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

$$Y = 1,889 + 0,339 X_1 + 0,015 X_2 - 0,278 X_3 + 0,504 X_4 + e$$

Penjabaran dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dilihat sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta (α) memiliki nilai sebesar 1,889 yang menandakan bahwa jika *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability*, dan keamanan mempunyai nilai 0, maka minat menggunakan bernilai positif sebesar 1,889.

b. Koefisien *Perceived Ease of Use*

Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel *perceived ease of use* (X1) mempunyai nilai sebesar 0,339 yang berarti bahwa setiap peningkatan nilai variabel *perceived ease of use* (X1) sebesar satu satuan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (Y).

c. Koefisien *Perceived Effectiveness*

Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel *perceived effectiveness* (X2) mempunyai nilai sebesar 0,015 yang berarti bahwa setiap peningkatan nilai variabel *perceived effectiveness* (X2) sebesar satu satuan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (Y).

d. Koefisien *Feature Availability*

Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel *feature availability* (X3) mempunyai nilai sebesar -0,278 yang berarti bahwa setiap peningkatan nilai variabel *feature availability* (X3) sebesar satu satuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (Y).

e. Koefisien Keamanan

Nilai koefisien yang dimiliki oleh variabel keamanan (X4) mempunyai nilai sebesar 0,504 yang berarti bahwa setiap peningkatan nilai variabel keamanan (X4) sebesar satu satuan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI (Y).

B. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar tingkat hubungan antar variabel terikat dengan variabel bebas, maupun seberapa besar kontribusi variabel mempengaruhi terhadap variabel terikat (Bawono, 2006).

Tabel 4.17

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,800	0,640	0,636	1,227

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,640 sehingga hal ini mengandung arti bahwa variabel X1, X2, X3, dan X4 secara bersama sama mempengaruhi variabel Y sebesar 64% dengan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

C. Uji t_{Test} (Pengujian Secara Parsial)

Menurut Bawono, 2006 pengujian t_{Test} memiliki tujuan untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial (sendiri-sendiri). Pengujian t_{Test} dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} secara individu dari masing-masing variabel terikat dengan tingkat kepercayaan tertentu. Dasar pengambilan keputusannya adalah apabila $T_{\text{hitung}} \geq T_{\text{tabel}}$, maka $H_{(1,2,3,4)}$ diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, apabila $T_{\text{hitung}} \leq T_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan $H_{(1,2,3,4)}$ ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen.

T_{tabel} ditentukan dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ dan derajat kepercayaan $(dk) = \alpha/2; n-k-1$ dengan n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah variabel yang jika dijabarkan menjadi $(0,05/2; 385-4-1)$. Sehingga, diperoleh t_{tabel} dengan angka 1,966. Pengujian secara parsial dapat dilihat juga dari nilai signifikansinya.

Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka $H_{(1,2,3,4)}$ diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan $H_{(1,2,3,4)}$ ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel independen dengan variabel dependen. Hasil pengujian t_{Test} dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.18

Tabel Uji t_{Test}

Variabel	t	sig
<i>Perceived Ease of Use</i>	6,836	0,000
<i>Perceived Effectiveness</i>	0,292	0,771
<i>Feature Availability</i>	-6,188	0,000
Keamanan	11,260	0,000

Sumber: Data diolah peneliti, 2024

1. Berdasarkan uji t_{Test} pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *perceived ease of use* mempunyai nilai t hitung sebesar 6,836 dengan nilai t tabel sebesar 1,966 yang berarti bahwa nilai t hitung > nilai t tabel dan nilai Sig 0,000 < 0,05, maka H_1 diterima yang artinya variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

2. Berdasarkan uji t_{Test} pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *perceived effectiveness* mempunyai nilai t hitung sebesar 0,292 dengan nilai t tabel sebesar 1,966 yang berarti bahwa nilai t hitung < nilai t tabel dan nilai Sig 0,771 > 0,05, maka H_2 ditolak yang artinya variabel *perceived effectiveness* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan.
3. Berdasarkan uji t_{Test} pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *feature availability* mempunyai nilai t hitung sebesar -6,188 dengan nilai t tabel sebesar 1,966 yang berarti bahwa nilai -t hitung < nilai -t tabel dan nilai Sig 0,000 < 0,05, maka H_3 diterima yang artinya variabel *feature availability* berpengaruh negative terhadap minat menggunakan.
4. Berdasarkan uji t_{Test} pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel keamanan mempunyai nilai t hitung sebesar 11,260 dengan nilai t tabel sebesar 1,966 yang berarti bahwa nilai t hitung > nilai t tabel dan nilai Sig 0,000 < 0,05, maka H_4 diterima yang artinya variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

D. Uji F_{Test} (Pengujian Secara Simultan)

Menurut Bawono, 2006 uji F_{Test} memiliki tujuan untuk melihat seberapa besar variabel bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel terikat. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*,

feature availability dan kemanan terhadap minat dalam menggunakan *mobile banking* BSI secara simultan. Uji F_{Test} dilakukan dengan melihat hasil dari perhitungan SPSS Anova yang membandingkan *Mean Square* dari regresi dan *Mean Square* dari residual sehingga dapat diperoleh F_{hitung} . Nilai f tabel dapat dilihat pada regresi df 4 dan residual df 380 yang berarti bahwa dapat dilihat pada tabel 4.380 di kolom df . Maka, nilai f tabel sebesar 2,40.

Uji f dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansinya. Apabila nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05, maka H_5 diterima dan H_0 ditolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara keseluruhan variabel independen dengan variabel dependen secara bersamaan. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_5 ditolak, yang berarti bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara keseluruhan variabel independen dengan variabel independen secara bersamaan. Hasil pengujian f_{Test} dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 4.19

Tabel Uji F_{Test}

Model		Sum of Square	df	f	sig
1	Regression	1015,197	4	168,635	0,000
	Residual	571,909	380		
	Total	1587,106	384		

Dari hasil uji f test pada tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa nilai f hitung sebesar 168,635 dengan nilai f tabel sebesar 2,40 yang berarti bahwa nilai f hitung $>$ f tabel dan nilai sig $0,000 < 0,05$, sehingga H_5 diterima yang artinya variabel independen (*perceived ease of use, perceived effectiveness, feature availability, dan keamanan*) secara simultan berpengaruh signifikan dengan minat menggunakan *mobile banking* BSI.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *perceived ease of use* (X1) terhadap minat menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI

Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel *perceived ease of use* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan. Pada hasil nilai t hitung diketahui bahwa variabel *perceived ease of use* mempunyai nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan penghitungan tersebut maka H_1 diterima yang artinya variabel *perceived ease of use* (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

Perceived ease of use berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan disebabkan karena adanya manfaat yang dirasakan serta kemudahan dalam penggunaan *mobile banking*. Hal ini dibuktikan dengan adanya penggunaan *mobile banking* BSI yang dinilai sangat mudah dan sederhana. Nasabah merasa dimudahkan dalam melakukan transaksi keuangan. *Mobile banking* BSI yang digunakan oleh nasabah juga mudah

untuk dipahami. Nasabah tidak perlu lagi datang ke bank untuk melakukan transaksi keuangan, karena dengan adanya *mobile banking* BSI nasabah dapat melakukan transaksi keuangan melalui smartphone yang dimiliki kapanpun dan dimanapun (Anendro, 2016). Semakin berguna dan semakin mudah *mobile banking* yang digunakan, maka akan semakin sering pula nasabah menggunakan *mobile banking* tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Bangkara *et al* (2016) yang menunjukkan bahwa variabel *perceived ease of use* memiliki pengaruh positif pada sikap pengguna terhadap minat penggunaan. Selain itu penelitian dari Fachreza *et al* (2022) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Adapun penelitian dari Sandy & Firdausy (2020) menyatakan bahwa *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan ulang.

Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Haris (2022) yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan. Hal ini dikarenakan ketidaksiapan pengguna terhadap aplikasi yang digunakan akibat kurangnya pemahaman terhadap aplikasi tersebut. Ketidaksiapan dan kurang pemahaman tersebut menyebabkan minat untuk menggunakan ulang semakin rendah.

Dalam ajaran islam Allah memberikan kemudahan bagi hambanya dalam segala hal sebagaimana yang telah dijelaskan dalam QS. An-Nisa ayat 28:

يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ وَخُلِقَ الْإِنْسَانُ ضَعِيفًا

Artinya: “Allah menghendaki meringankan kalian dalam hukum-hukum agama sementara manusia diciptakan dalam kondisi lemah.” (QS. An-Nisa’: 28).

4.2.2 Pengaruh *perceived effectiveness* (X2) terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking BSI

Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel *perceived effectiveness* (X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking BSI. Pada hasil nilai t hitung diketahui bahwa variabel *perceived effectiveness* mempunyai nilai t hitung yang lebih kecil dari nilai t tabel. Berdasarkan penghitungan tersebut maka H₂ ditolak yang artinya variabel *perceived effectiveness* (X2) secara parsial tidak terdapat pengaruh terhadap minat menggunakan (Y).

Perceived effectiveness tidak berpengaruh secara signifikan disebabkan oleh keefektifitasan *mobile banking* BSI yang belum dirasakan pengguna. *Mobile banking* BSI dirasa kurang menyediakan informasi yang tepat dan memadai seperti apa yang dibutuhkan oleh pengguna. Ketidakterediaan informasi yang dibutuhkan seperti cara penggunaan aplikasi, sehingga pengguna harus mencari informasi tersebut dari berbagai sumber seperti *google*, *youtube*, maupun media lainnya yang lebih tepat dan memadai (Faza, 2023). Hal ini sangat mempengaruhi keefektifitasan *mobile banking* yang digunakan sehingga intensitas penggunaan *mobile banking* tersebut menjadi menurun.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Amamilah *et al* (2024) yang menyatakan bahwa *persepsi efektivitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Maulidya (2022) yang menyatakan bahwa persepsi efektifitas berpengaruh terhadap minat menggunakan. Sedangkan Rohmah *et al* (2020) menyatakan bahwa variabel efektivitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. Adapun Marisa (2020) menyatakan bahwa persepsi efektifitas berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Hal ini dikarenakan sistem yang mudah untuk digunakan dapat meningkatkan keefektifitasan individu. Sistem yang digunakan memiliki peranan yang penting dalam meningkatkan kinerja individu.

Perceived effectiveness dalam islam berarti keefektifitasan sebuah teknologi berarti dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para penggunanya. Allah tidak ingin apa yang telah diciptakan berakhir dengan sia-sia. *Mobile banking* BSI diharapkan dapat berguna dan mudah digunakan sesuai dengan apa yang diinginkan, sehingga keefektifitasan suatu aplikasi dapat dirasakan oleh pengguna. Hal ini tertuang dalam QS.Al-Imran ayat 191:

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ

Artinya: (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk, atau dalam keadaan berbaring, dan memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia. Mahasuci Engkau. Lindungilah kami dari azab neraka.” (QS. Al-Imran: 191)

4.2.3 Pengaruh *feature availability* (X3) terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking BSI

Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel *feature availability* (X3) berpengaruh negative terhadap minat menggunakan. Pada hasil nilai t hitung diketahui bahwa variabel *feature availability* mempunyai nilai -t hitung yang lebih kecil dari nilai -t tabel. Berdasarkan penghitungan tersebut maka H₃ diterima yang artinya variabel *feature availability* (X3) secara parsial terdapat pengaruh negative terhadap minat menggunakan (Y).

Berdasarkan penelitian ini *feature availability* memiliki pengaruh negative terhadap minat menggunakan disebabkan karena adanya fitur-fitur yang bervariasi serta inovasi yang dimiliki *mobile banking* BSI. Fitur yang bervariasi dan inovasi dapat menjadi nilai tambah bagi para pengguna karena dianggap telah lengkap dalam memenuhi kebutuhan mereka. Salah satu fitur yang tersedia dalam *mobile banking* BSI yaitu fitur islami salah satunya fitur Ziswaf yang tidak semua bank memiliki fitur ini. Fitur ini memberikan layanan berupa donasi bagi para nasabah, sehingga nasabah tidak perlu ribet untuk melakukan donasi karena dengan *mobile banking* BSI dapat melakukan kegiatan atau transaksi apapun itu. Keberagaman fitur inilah yang menjadikan *mobile banking* BSI memiliki karakteristik yang berbeda dibanding *mobile banking* lainnya (Mustika & Puspita, 2021). Adanya fitur layanan yang memadai akan meningkatkan kepercayaan dan keputusan konsumen untuk menggunakan *mobile banking* tersebut dalam melakukan transaksi.

Sebagaimana firman Allah yang tertuang dalam QS. Al-Baqarah ayat 267:

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)

Penelitian ini sesuai penelitian yang dilakukan oleh Nugroho & M.Pudjihardjo (2022) yang menyatakan bahwa variabel ketersediaan fitur memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Harianto *et al* (2021) menyatakan bahwa variabel ketersediaan fitur memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Fahrudi *et al* (2023) yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan ketersediaan fitur terhadap minat menggunakan. Hal ini dikarenakan tidak semua fitur yang tersedia dalam suatu aplikasi digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Pengguna lebih memilih menggunakan *mobile banking* yang menawarkan fitur yang lebih terbatas. Apabila pengguna tidak menggunakan fitur yang ditawarkan, maka pengguna akan memilih *mobile banking* yang lain.

4.2.4 Pengaruh keamanan (X4) terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking BSI

Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel keamanan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan. Pada hasil nilai t hitung diketahui bahwa variabel keamanan mempunyai nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan penghitungan tersebut maka H_4 diterima yang artinya variabel keamanan (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan (Y).

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kahar *et al* (2019) yang menyatakan bahwa *perceived security* berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan. Penelitian yang dilakukan oleh Sudono *et al* (2020) menyatakan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat menggunakan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Husnayetti & Sestri (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh keamanan terhadap minat penggunaan. Penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Nisa & Solekah (2022) yang menyatakan bahwa *security* tidak memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan.

Menurut Husnayetti & Sestri (2019) pengguna akan berpikir untuk menggunakan suatu layanan apabila pengguna yakin bahwa transaksi yang digunakan dapat diselesaikan dengan aman dan akan mendatangkan keuntungan bagi mereka. Semakin tinggi tingkat keamanan pada suatu sistem, maka akan semakin tinggi pula kepercayaan suatu individu terhadap

sistem tersebut dan akan mengakibatkan individu menggunakan sistem tersebut.

Islam merupakan agama yang mementingkan masalah keamanan dengan menjaga kerahasiaan dan privasi seseorang. Sebagaimana firman Allah yang tertuang dalam QS. Al-Isra' ayat 34:

وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya: “Dan penuhilah janji, karena sesungguhnya janji itu akan ditanyakan.” (QS. Al-Isra': 34)

4.2.5 Pengaruh *perceived ease of use* (X1), *perceived effectiveness* (X2), *feature availability* (X3), dan keamanan terhadap minat menggunakan aplikasi mobile banking BSI

Adapun hasil dari pengujian hipotesis yang telah dilakukan bahwa variabel *perceived ease of use* (X1), *perceived effectiveness* (X2), *feature availability* (X3), dan keamanan (X4) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat menggunakan. Pada hasil nilai *f* hitung diketahui bahwa variabel *perceived effectiveness* mempunyai nilai *f* hitung yang lebih besar dari nilai *f* tabel. Berdasarkan penghitungan tersebut maka H_5 diterima yang artinya variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) secara simultan berpengaruh signifikan dengan minat menggunakan *mobile banking* BSI (Y).

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rohmah *et al* (2020) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan dan efektivitas secara simultan memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Tamia *et al* (2023) yang menyatakan bahwa ketersediaan fitur dan keamanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan suatu aplikasi.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab IV diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel *perceived ease of use* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang. Apabila *perceived ease of use* semakin ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI di Kota Malang.
2. Tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel *perceived effectiveness* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang. Apabila *perceived effectiveness* semakin ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI di Kota Malang.
3. Terdapat pengaruh negative secara parsial variabel *feature availability* terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang. Apabila *feature availability* semakin ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI di Kota Malang.
4. Terdapat pengaruh signifikan secara parsial variabel keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang.

Apabila keamanan semakin ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI di Kota Malang.

5. Terdapat pengaruh signifikan secara simultan variabel *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability*, dan keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* BSI di Kota Malang. Apabila *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability*, dan keamanan semakin ditingkatkan maka akan semakin meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI di Kota Malang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti ingin memberikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan yang terkait atau pihak lain yang membutuhkan, diantaranya adalah:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia selaku pemilik aplikasi *mobile banking*, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan maupun evaluasi untuk mempertahankan dan memperkuat aspek-aspek yang dilakukan untuk meningkatkan aplikasi *mobile banking* BSI. Bank Syariah Indonesia dapat fokus pada peningkatan variabel *perceived effectiveness* dengan memperbaiki dan memberikan pemahaman informasi yang tepat dan memadai bagi pengguna terkait fungsi aplikasi, sehingga pengguna dapat merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi *mobile banking* BSI.

2. Bagi lembaga akademik, terkhusus Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *perceived ease of use*, *perceived effectiveness*, *feature availability*, dan keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*, terkhusus pada *mobile banking* BSI.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang mungkin tertarik dalam melakukan penelitian yang serupa, diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengembangan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang secara signifikan dapat mempengaruhi minat menggunakan. Sehingga, penelitian selanjutnya dapat memberikan hasil temuan yang lebih baik lagi, mengingat penelitian ini yang masih jauh dari kata sempurna yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Fahrudi; A, Rahimah: N, W. (2023). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking*. *JIMMU*. 8, 217–231.
- Abdullah, P. M. (2015). Living in the world that is fit for habitation : CCI's ecumenical and religious relationships. In *Aswaja Pressindo*.
- Adi Ahdiyati. (2023). *Transaksi Digital Banking di Indonesia Tumbuh 158% dalam 5 Tahun Terakhir*. Kata Data Media Nertwork. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/05/transaksi-digital-banking-di-indonesia-tumbuh-158-dalam-5-tahun-terakhir>
- Affandi, S. (2022). *Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari'ah (S.E) Fakultas Syariah Dan Hukum*.
- Amamilah, Siti; Mulyadi, Dedi; Sandi, S. P. H. (2024). The effect of perception of ease of use, perception of effectiveness, and perception of benefits on interest in use of qris as a payment transaction tool for students of buana perjuangan university karawang. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7.
- Anendro, I. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Bank Syariah Mandiri Terhadap Penggunaan E- Money*.
- Apriliana, E. S. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Pakaian*

Syar'I (Studi Kasus Mahasiswi Uin Antasari Banjarmasin). *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 10.
<https://doi.org/10.31602/iqt.v5i1.2140>

Badan Pusat Statistik. (2023). *Indeks Pembangunan Teknologi Informasi dan Komunikasi 2022*. Badan Pusat Statistik.
<https://www.bps.go.id/id/publication/2023/09/29/cfa3a7c9e8b2397799ec6bb3/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-2022.html>

Bangkara, R. P., Putu, N., & Harta, S. (2016). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Pada Minat Penggunaan Internet Banking Dengan Attitude Toward Using Sebagai Variabel Intervening*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indone. 16, 2408–2434.

Bawono, A. (2006). *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.

BSI. (2022). *Informasi lengkap tentang Tentang Kami perusahaan Bank Syariah Indonesia*. Bankbsi.Co.Id. <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>

CNBC Indonesia. (2023). *BSI Diserang Ransomware, Nasib Uang Nasabah Gimana?* CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230510174928-37-436279/bsi-diserang-ransomware-nasib-uang-nasabah-gimana>

Danuri, M. (2019). *Perkembangan Dan Transformasi*. Jurnal INFOKAM. 116–

123.

Davis, F. D., & Davis, F. (1989). *Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and User Acceptance of Information Technology*. September 1989. <https://doi.org/10.2307/249008>

Dian Fath Risalah. (2023). *BSI Catat Jumlah Transaksi Digital Tembus 170,70 Juta*. Republika. <https://sharia.republika.co.id/berita/s2mkep502/bsi-catat-jumlah-transaksi-digital-tembus-17070-juta>

Digital Media. (2022). *BSI Borong 6 Penghargaan di Dua Ajang Award*. Bisnis.Com. <https://m.bisnis.com/amp/read/20221130/90/1603898/bsi-borong-6-penghargaan-di-dua-ajang-award>

Fachreza, J. . et al. (2022). Effect of Perceived Usefulness And Perceived Ease Of Use On Intention To Use Mobile Banking (Brimo) With Attitude As Intervening Variable (Study At Lubuk Basung Sub-Branch Office Of Pt. Bank Rakyat Indonesia). *Journal of Management*.

Faza, A. Z. (2023). *Pengaruh perceived ease of use, perceived usefulness, keamanan dan kepercayaan terhadap minat dalam menggunakan aplikasi bibit di kota malang*.

Firmansyah, D. (2022). *Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian : Literature Review General Sampling Techniques in Research Methodology : Literature Review*. 1(2), 85–114.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*

Update PLS Regresi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Harianto, H. (2021). Pengaruh *Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease Of Use)*, *Kenyamanan (Convenience)*, *Kepercayaan (Trust)* Dan *Ketersediaan Fitur (Feature Availability)* Terhadap *Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking KLIKBCA (Studi Kasus Pada Nasabah PT Bank Central Asia TBK Kantor Cabang Utama Pangkalpinang)*. *JINBE*. 1(1), 67–77.

Haris, A. (2022). *Expanding the Technology Acceptance Model (TAM) to investigate e-learning usage behavior during the COVID-19 pandemic : Islamic Higher Education Institution (IHEI) context*. 15(1), 1885–1903.
<https://doi.org/10.2478/bjlp-2022-00120>

Husnayetti; Sestri, E. (2019). Analisis Pengaruh *Keamanan , Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Online Banking Generasi X, Y, Dan Z*. *Jurnal Liquidity*. 8(2).

Indonesia, C. (2022). *BSI Masuk Dalam Jajaran 5 Bank Terbaik Indonesia*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20220415201557-17-332041/bsi-masuk-dalam-jajaran-5-bank-terbaik-indonesia>

Iqbal, J., & Urrahmah, I. (2021). *Pengaruh Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking*. *Global Financial Accounting Journal*. 05(02).

Iswanto, B., Nurriani, R., & Anwar, I. (2022). Factors Influencing the Amount of Mudarabah Savings Deposit in Public Sharia Banks. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 6(2), 125–137.

<https://doi.org/10.28918/ijibec.v6i2.6288>

Kahar, A., Wardi, Y., & Patrisia, D. (2019). *The Influence of Perceived Usefulness , Perceived Ease of Use , and Perceived Security on Repurchase Intention at Tokopedia . com*. 64, 429–438.

Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.

Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.

Marisa, O. (2020). *Persepsi Kemudahan Penggunaan , Efektivitas , Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology*. *Jurnal Administrasi Kantor*. 8(2), 139–152.

Marthauli; R, Mirati; Rahmanita, V. (2021). *Pengaruh Ketersediaan Fitur Layanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan BCA Mobile Di Wilayah JABODETABEK*. *Account Journal*. 8(1), 1463–1471.

Maulidya, N. (2022). *Efektivitas terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Platform Crowdfunding Berbasis QR Code*. *Journal of Comprehensive Islamic Studies*. 325–354.

Meylianingrum, K., Aminy, M. M., & Aslam, M. A. M. (2020). *Wakif Preferences In Selecting Cash Waqf: A Case of Badan Wakaf Indonesia at Yogyakarta City*. *Ikonomika*, 5(1), 85–100. <https://doi.org/10.24042/febi.v5i2.7002>

Meylianingrum, K. (2017). *Preferensi Wakif Dalam Memilih Wakaf Uang Di Badan Wakaf Indonesia Wilayah Kota Yogyakarta* (Vol. 5, Issue 1).

- Mulazid, A. S., Arief Mufraini, M., Saharuddin, D., & Wicaksono, A. T. S. (2020). Attributes of islamic bank service quality: A survey to map metropolitan customer satisfaction. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 883–897. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3300.2020>
- Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh, H. D. T. (2021). *Jurnal simetrik vol 11, no. 1, juni 2021*. 11(1), 432–439.
- Mustika, N., & Puspita, R. E. (2021). Analysis Of Factors Influencing The Intention To Use Bank Syariah Indonesia Mobile Banking With Trust As Mediation. *Dinar : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 7(2), 14–35. <https://doi.org/10.21107/dinar.v7i2.9995>
- Nisa, Ulfa Khoirun; Solekah, N. A. (2022). *The Influence of TAM, Social influence, Security Relationship Toward Intention to Use E Wallet through Attitude and Trust Ulfa*. *Jurnal Iqtisoduna*. 18(1).
- Noviyanti, Akhnes & Erawati, T. (2021). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul)*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*. 4(2), 65–74.
- Nugroho, I. Y., & M.Pudjihardjo. (2022). *Pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan, ketersediaan fitur dan literasi keuangan terhadap preferensi konsumen menggunakan bsi mobile*. *Journal Islamic Economics And Finance In Focus*. 1(2), 135–147.
- Nursukma, H., Farida, U., & Widhianingrum, W. (2021). *Pengaruh Kepercayaan ,*

Keamanan Data , Kualitas Pelayanan , dan Persepsi Resiko Menggunakan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei Pada Pengguna Tokopedia di Ponorogo). ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi. 5(2), 214–227.

Pambudi, A. R. (2019). *Analisa Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Behavior Intenttion Pada Aplikasi Digital Payment OVO.* 1–10.

POON, W, C. (2008). Users' adoption of e-banking service: the Malaysian perspective". *Journal of Business & Industrial Marketing, 23(1), 59–69.*

Prasetya, H & Putra, S. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat Dan Risiko Pada Minat Penggunaan E-Money Di Surabaya. Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis.17(02), 151–158.*

Rodoni, A., & Ali, H. (2010). *Manajemen Keuangan.* Jakarta: Mitra Wawancara Medi.

Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektivitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh. Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam. 7308.*

Sandy, eko & Firdausy, Carunia, M. (2020). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use Dan Trust Terhadap Minat Konsumen Dalam Penguanaan Ulang GO-PAY Di Kota Jakarta. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan. 22–27.*

- Schiffman, & Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (D. oleh Z. Kasip (ed.); Ketujuh). Jakarta PT Indexs.
- Sudono, F. S., Adiwijaya, M., & Siagian, H. (2020). *The Influence of Perceived Security and Perceived Enjoyment on Intention to Use with Attitude Towards Use as Intervening Variable on Mobile Payment Customer in Surabaya*. 3(1), 37–46. <https://doi.org/10.9744/ijbs.3.1.37>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi Offset.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)*. *IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal*. 1(2), 59–73.
- Tamia, P. A & Efriyanto. *Pengaruh Kemudahan , Ketersediaan Fitur dan Keamanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Aplikasi Jenius di JOBODETABEK*. *Jurnal Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*. 3.
- Tirtana, I & Sari, S, P. (2014). *Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan,*

Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. Seminar nasional dan call for paper program studi akuntansi-feb ums, 25 juni 2014. 671–688.

Utami, M. K. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Payment Linkaja Dengan Kemudahan Sebagai Variable Mediasi (Studi Pada Mahasiswa di Yogyakarta). Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. 9(2).* <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i2.554>

Wicaksono, A. T. S. (2017). *Analisis gap pada pelayanan perbankan syariah.*

Wicaksono, A. T. S., Mufraini, A., Miranti, T., & Muttaqien, M. K. (2023). Bitcoin Vs Gold: Which One is the Most Powerful in Boosting the Shariah Equity Index? Global Evidence. *Studies in Business and Economics, 18(1), 5–36.* <https://doi.org/10.2478/sbe-2023-0001>

Wicaksono, A. T. S., & Trisasmita, R. (2018). *Pelayanan Asuransi Jiwa Syariah: Sudahkah Sesuai Harapan?*

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr.Wb

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Perkenalkan saya Dila Reski Wulandari mahasiswi program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir dengan judul **"Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Effectiveness, Feature Availability dan Keamanan Terhadap Minat Dalam Menggunakan Mobile Banking BSI"**.

Adapun kriteria responden pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia
2. Menggunakan aplikasi Mobile Banking
3. Berdomisili di Kota Malang

Berikut ini merupakan petunjuk yang bisa digunakan oleh saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini:

1. Isilah data diri sebelum mengisi kuesioner
2. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan cermat
3. Jawaban dari kuesioner tidak berhubungan dengan benar atau salah
4. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat pada salah satu jawaban yang telah tersedia diantaranya adalah:

(1) STS = Sangat Tidak Setuju

(2) TS = Tidak Setuju

(3) N = Netral

(4) S = Setuju

(5) SS = Sangat Setuju

Data saudara/i akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian semata. Saya memohon ketersediaan saudara/i untuk melengkapi kuesioner ini sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Diharapkan jawaban yang diberikan merupakan informasi yang jujur, akurat, dan benar agar informasi ilmiah yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terimakasih

Wassalamualaikum Wr. Wb.

A. Identitas Responden

1. Nama: a. Laki-laki b. Perempuan
2. Usia: a. < 20 Tahun b. 21-30 Tahun
c. 31-40 Tahun d. 41-50 Tahun
e. > 50 Tahun
3. Pendidikan Terakhir : a. SD/Sederajat b. SMP/Sederajat
c. SMA/Sederajat d. Diploma
e. Sarjana
4. Alamat Domisili: a. Kecamatan Blimbing b. Kecamatan Kedungkandang
c. Kecamatan Klojen d. Kecamatan Lowokwaru
e. Kecamatan Sukun
5. Pekerjaan: a. Pelajar/Mahasiswa b. Pegawai Swasta
c. Pegawai Negeri d. Wiraswasta
e. Lainnya
6. Pendapatan: a. < 1.000.000 b. 1.000.000 – 2.000.000
c. 2.000.000 – 3.000.000 d. 3.000.000 – 4.000.000
e. 4.000.000 – 5.000.000 f. > 5.000.000

B. Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
Perceived Ease Of Use (X1)						
1	Aplikasi mobile banking BSI mudah untuk digunakan.					
2	Aplikasi mobile banking BSI mudah digunakan sesuai keinginan saya.					
3	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan jelas dan mudah dimengerti.					
4	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan mudah menjadikan saya terampil.					
5	Saya merasa terampil ketika menggunakan mobile banking BSI.					
6	Secara keseluruhan aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan mudah untuk digunakan.					
Perceived Effectiveness (X2)						
1	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan dapat meningkatkan produktivitas.					
2	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan dapat meningkatkan kinerja.					
3	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan dapat meningkatkan efektivitas kinerja.					
4.	Secara keseluruhan aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan bermanfaat bagi saya.					
Feature Availability (X3)						
1	Aplikasi mobile banking BSI yang saya gunakan memiliki fitur yang menarik.					
2	Saya menggunakan mobile banking BSI karena mamiliki fitur layanan transfer utilitas publik (Pulsa, PLN, Asuransi, dll)					
3	Saya menggunakan mobile banking BSI karena memiliki fitur keterangan saldo.					
4	Mobile banking BSI yang saya gunakan memiliki fitur yang inovatif.					
Keamanan (X4)						
1	Aplikasi mobile banking dapat menjaga informasi pribadi saya.					
2	Aplikasi mobile banking dapat menjamin keamanan data pribadi saya.					

3	Aplikasi mobile banking yang saya gunakan menawarkan keamanan online yang cukup.					
4	Aplikasi mobile banking BSI memiliki fitur yang menjamin keamanan saya dalam menggunakan aplikasi mobile banking.					
5	Saya merasa aman dan yakin informasi pribadi yang saya berikan tidak akan disalahgunakan oleh pihak ketiga (orang lain).					
Minat Menggunakan (Y)						
1	Saya berminat menggunakan aplikasi mobile banking BSI.					
2	Saya berminat menggunakan aplikasi mobile banking BSI secara sering dalam melakukan transaksi keuangan.					
3	Saya berencana untuk menggunakan mobile banking BSI dalam melakukan transaksi.					
4	Saya berencana untuk terus menggunakan mobile banking BSI karena memudahkan saat melakukan transaksi keuangan.					

Lampiran 2. Hasil Olah Data SPSS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	-,300**	,149**	,076	,052	-,029	,417**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,136	,311	,576	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X1.2	Pearson Correlation	-,300**	1	-,250**	,032	-,022	,048	,230**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,534	,660	,348	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X1.3	Pearson Correlation	,149**	-,250**	1	-,018	,064	,087	,442**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,720	,210	,088	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X1.4	Pearson Correlation	,076	,032	-,018	1	-,039	-,062	,428**
	Sig. (2-tailed)	,136	,534	,720		,444	,227	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X1.5	Pearson Correlation	,052	-,022	,064	-,039	1	-,104*	,418**
	Sig. (2-tailed)	,311	,660	,210	,444		,042	,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
X1.6	Pearson Correlation	-,029	,048	,087	-,062	-,104*	1	,381**
	Sig. (2-tailed)	,576	,348	,088	,227	,042		,000
	N	385	385	385	385	385	385	385
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,417**	,230**	,442**	,428**	,418**	,381**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385	385

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

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,034	,052	,075	,571**
	Sig. (2-tailed)		,509	,307	,141	,000
	N	385	385	385	385	385
X2.2	Pearson Correlation	,034	1	,009	-,040	,525**
	Sig. (2-tailed)	,509		,861	,433	,000
	N	385	385	385	385	385
X2.3	Pearson Correlation	,052	,009	1	-,084	,485**
	Sig. (2-tailed)	,307	,861		,101	,000
	N	385	385	385	385	385
X2.4	Pearson Correlation	,075	-,040	-,084	1	,440**
	Sig. (2-tailed)	,141	,433	,101		,000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,571**	,525**	,485**	,440**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	-,362**	,121*	,120*	,476**
	Sig. (2-tailed)		,000	,018	,018	,000
	N	385	385	385	385	385
X3.2	Pearson Correlation	-,362**	1	-,222**	,023	,249**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,659	,000
	N	385	385	385	385	385
X3.3	Pearson Correlation	,121*	-,222**	1	,017	,481**
	Sig. (2-tailed)	,018	,000		,733	,000
	N	385	385	385	385	385
X3.4	Pearson Correlation	,120*	,023	,017	1	,636**
	Sig. (2-tailed)	,018	,659	,733		,000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,476**	,249**	,481**	,636**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385

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

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

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	-,264**	,068	-,040	,014	,389**
	Sig. (2-tailed)		,000	,182	,436	,787	,000
	N	385	385	385	385	385	385
X4.2	Pearson Correlation	-,264**	1	,011	,082	,049	,422**
	Sig. (2-tailed)	,000		,833	,109	,333	,000
	N	385	385	385	385	385	385
X4.3	Pearson Correlation	,068	,011	1	-,035	-,064	,467**
	Sig. (2-tailed)	,182	,833		,497	,212	,000
	N	385	385	385	385	385	385
X4.4	Pearson Correlation	-,040	,082	-,035	1	-,141**	,407**
	Sig. (2-tailed)	,436	,109	,497		,005	,000
	N	385	385	385	385	385	385
X4.5	Pearson Correlation	,014	,049	-,064	-,141**	1	,402**
	Sig. (2-tailed)	,787	,333	,212	,005		,000
	N	385	385	385	385	385	385
TOTAL_X4	Pearson Correlation	,389**	,422**	,467**	,407**	,402**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385	385

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	-,152**	-,034	,058	,492**
	Sig. (2-tailed)		,003	,504	,259	,000
	N	385	385	385	385	385
Y2	Pearson Correlation	-,152**	1	,031	,029	,475**
	Sig. (2-tailed)	,003		,548	,565	,000
	N	385	385	385	385	385
Y3	Pearson Correlation	-,034	,031	1	-,253**	,431**
	Sig. (2-tailed)	,504	,548		,000	,000
	N	385	385	385	385	385
Y4	Pearson Correlation	,058	,029	-,253**	1	,433**
	Sig. (2-tailed)	,259	,565	,000		,000
	N	385	385	385	385	385
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,492**	,475**	,431**	,433**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	385	385	385	385	385

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,856	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,632	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,691	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,718	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha ^a	N of Items
,676	4

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22038789
Most Extreme Differences	Absolute	,034
	Positive	,023
	Negative	-,034
Test Statistic		,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

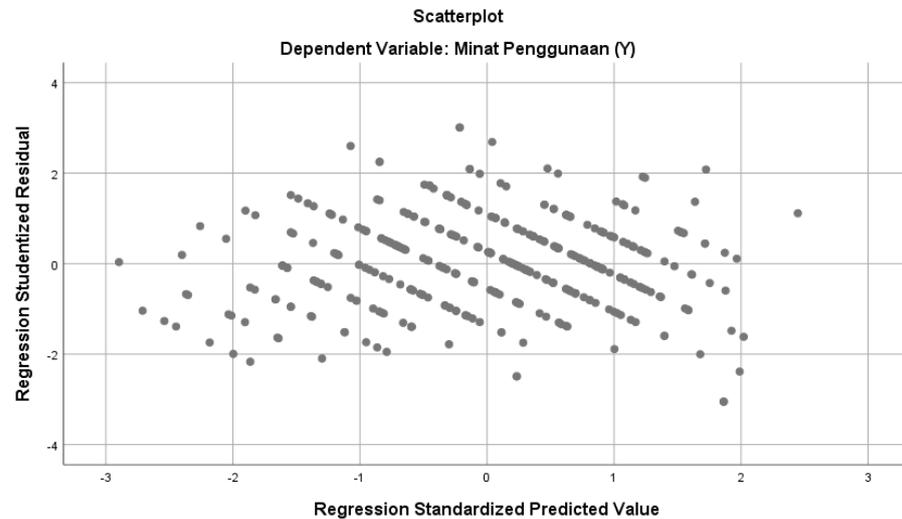
Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.899	.548		3.466	.001		
	Perceived Ease of Use (X1)	.339	.050	.440	6.836	.000	.229	4.369
	Perceived Effectiveness (X2)	.015	.053	.017	.292	.771	.284	3.524
	Feature Availability (X3)	-.278	.045	-.287	-6.188	.000	.442	2.264
	Keamanan (X4)	.504	.045	.591	11.260	.000	.344	2.908

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

Uji Heterokedastisitas



Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1.899	.548		3.466	.001
	Perceived Ease of Use	.339	.050	.440	6.836	.000
	Perceived Effectiveness	.015	.053	.017	.292	.771
	Feature Availability	-.278	.045	-.287	-6.188	.000
	Keamanan	.504	.045	.591	11.260	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.640	.636	1.227

a. Predictors: (Constant), Keamanan, Feature Availability, Perceived Effectiveness, Perceived Ease of Use

Uji T Parsial

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	1.899	.548		3.466	.001			
	Perceived Ease of Use (X1)	.339	.050	.440	6.836	.000	.229	4.369	
	Perceived Effectiveness (X2)	.015	.053	.017	.292	.771	.284	3.524	
	Feature Availability (X3)	-.278	.045	-.287	-6.188	.000	.442	2.264	
	Keamanan (X4)	.504	.045	.591	11.260	.000	.344	2.908	

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

Uji F Simultan

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1015.197	4	253.799	168.635	.000 ^b
	Residual	571.909	380	1.505		
	Total	1587.106	384			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan (Y)

b. Predictors: (Constant), Keamanan (X4), Feature Availability (X3), Perceived Effectiveness (X2), Perceived Ease of Use (X1)

Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden

Perceived Ease Of Use (X1)						Total
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
3	3	5	4	5	2	22
5	4	3	4	3	5	24
4	5	5	4	4	4	26
2	5	3	5	4	3	22
5	4	5	4	3	5	26
4	3	1	3	3	4	18
4	5	2	5	5	2	23
4	5	4	5	4	5	27
5	3	5	2	4	5	24
3	4	2	5	3	4	21
3	2	5	2	4	5	21
4	5	4	4	3	3	23
3	4	5	4	3	5	24
5	4	5	4	5	4	27
4	3	5	3	5	4	24
4	4	4	4	4	5	25
5	3	4	4	3	5	24
3	5	5	2	5	3	23
5	4	2	5	4	3	23
5	4	1	3	5	5	23
4	5	3	5	1	4	22
5	3	4	3	5	3	23
2	4	5	4	3	5	23
5	5	4	3	5	4	26
3	3	5	4	3	5	23
5	5	4	3	2	3	22
4	5	3	4	5	1	22
5	3	3	3	2	5	21
3	5	2	4	3	4	21
4	1	5	3	4	5	22
3	3	5	4	5	2	22
5	4	3	4	3	5	24
4	5	5	4	4	4	26
2	5	3	5	4	3	22
5	4	5	4	3	5	26

4	3	1	3	3	4	18
4	5	2	5	5	2	23
4	5	4	5	4	5	27
5	3	5	2	4	5	24
3	4	2	5	3	4	21
3	2	5	2	4	5	21
4	5	4	4	3	3	23
3	4	5	4	3	5	24
5	4	5	4	5	4	27
4	3	5	3	5	4	24
4	4	4	4	4	5	25
5	3	4	4	3	5	24
3	5	5	2	5	3	23
5	4	2	5	4	3	23
5	4	1	3	5	5	23
4	5	3	5	1	4	22
5	3	4	3	5	3	23
2	4	5	4	3	5	23
5	5	4	3	5	4	26
3	3	5	4	3	5	23
5	5	4	3	2	3	22
4	5	3	4	5	1	22
5	3	3	3	2	5	21
3	5	2	4	3	4	21
4	1	5	3	4	5	22
5	3	5	4	5	4	26
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	3	25
4	5	5	4	5	5	28
4	4	4	5	4	4	25
5	4	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27
4	4	5	4	3	3	23
5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	4	4	5	25
5	4	5	4	5	4	27
5	5	4	4	4	5	27

4	4	5	5	4	4	26
3	4	3	4	4	5	23
5	5	5	5	4	4	28
5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	4	5	28
4	4	3	5	4	5	25
2	5	4	4	3	5	23
3	3	2	5	5	3	21
3	4	3	5	3	3	21
4	3	4	4	5	3	23
3	4	5	3	4	5	24
5	2	5	4	3	4	23
2	4	3	5	3	5	22
5	4	3	4	5	3	24
4	5	3	5	2	3	22
3	3	4	2	5	5	22
1	5	3	5	2	4	20
4	4	4	4	5	3	24
5	3	5	4	4	3	24
3	5	4	3	5	4	24
2	5	3	4	5	4	23
4	3	4	3	4	5	23
5	4	3	4	3	5	24
3	2	3	4	5	5	22
4	3	5	4	3	5	24
3	5	4	3	2	5	22
5	4	5	2	3	5	24
2	5	4	3	5	4	23
3	3	4	5	4	5	24
5	3	5	4	2	4	23
4	3	5	3	4	5	24
4	5	3	3	5	4	24
5	4	5	4	3	4	25
3	5	4	3	5	4	24
4	3	4	2	5	5	23
4	5	4	3	3	5	24
2	5	4	4	3	5	23
3	3	2	5	5	4	22
3	4	3	5	3	5	23

4	3	4	4	5	5	25
3	4	5	3	4	5	24
5	2	5	4	3	4	23
2	4	3	5	3	4	21
5	4	3	4	5	4	25
4	5	3	5	2	4	23
3	3	4	2	5	4	21
1	5	3	5	2	4	20
4	4	4	4	5	4	25
5	5	5	4	4	4	27
3	5	4	3	5	4	24
2	5	3	4	5	4	23
4	3	4	3	4	4	22
5	4	3	4	3	4	23
3	2	3	4	5	4	21
4	3	5	4	3	4	23
3	5	4	3	2	4	21
5	4	5	2	3	4	23
2	5	4	3	5	4	23
3	3	4	5	4	4	23
5	3	5	4	2	4	23
4	3	5	3	4	4	23
4	5	3	3	5	4	24
5	4	5	4	3	4	25
3	5	4	3	5	4	24
4	3	4	2	5	4	22
4	5	4	3	3	4	23
3	4	5	4	4	4	24
4	5	3	5	4	4	25
3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	5	4	4	25
4	5	4	4	4	3	24
3	5	4	4	4	5	25
4	4	5	4	5	3	25
4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	4	3	5	26
5	4	3	3	5	3	23
4	5	4	5	5	3	26

3	5	4	3	5	4	24
4	4	5	4	4	5	26
3	4	4	3	5	5	24
5	5	4	4	3	4	25
4	3	5	5	3	4	24
4	4	3	4	4	5	24
3	3	5	4	5	4	24
4	3	3	5	3	5	23
4	5	3	2	1	4	19
3	4	5	4	5	2	23
4	4	4	5	2	3	22
3	4	5	4	5	2	23
4	3	2	4	4	5	22
1	5	3	3	2	4	18
3	4	5	2	4	3	21
1	5	2	4	3	1	16
3	4	4	3	1	5	20
4	4	2	2	5	3	20
4	5	3	3	4	1	20
1	3	4	4	3	5	20
3	2	5	3	4	4	21
4	5	4	1	2	3	19
3	2	5	3	4	4	21
1	3	4	4	3	5	20
3	5	3	4	3	4	22
4	2	3	3	4	5	21
3	3	4	5	3	2	20
1	5	4	3	4	5	22
4	2	5	4	4	3	22
3	3	1	4	4	5	20
4	5	2	1	2	3	17
1	3	3	2	5	4	18
3	2	4	3	5	4	21
4	5	1	4	3	2	19
4	2	4	3	2	5	20
3	3	2	4	3	1	16
1	5	1	2	4	5	18
3	2	4	4	5	1	19
4	2	5	3	4	3	21

1	5	1	4	4	3	18
3	3	4	5	1	2	18
4	2	5	2	3	1	17
4	5	1	4	2	3	19
1	4	1	5	3	3	17
4	2	4	4	3	5	22
3	5	1	2	4	4	19
4	2	4	3	5	1	19
1	4	1	3	4	3	16
4	5	1	3	4	4	21
4	2	3	1	4	5	19
3	3	4	5	1	3	19
1	5	1	3	3	4	17
4	3	4	1	3	5	20
4	3	4	2	4	3	20
5	5	1	4	3	5	23
1	4	4	1	3	5	18
4	3	5	2	1	3	18
5	5	1	3	2	3	19
3	4	5	2	3	4	21
1	4	2	1	5	3	16
3	5	1	4	3	4	20
4	3	5	3	2	4	21
5	3	3	1	5	3	20
1	5	2	4	3	5	20
4	3	3	1	4	5	20
3	3	1	5	4	3	19
1	5	3	1	2	4	16
4	3	1	5	3	5	21
3	3	4	1	4	3	18
1	5	1	5	3	4	19
5	3	5	3	4	5	25
4	3	2	1	5	3	18
5	5	1	5	4	5	25
1	3	4	3	5	5	21
3	3	5	1	4	3	19
5	5	1	3	3	3	20
5	3	2	5	4	5	24
1	4	4	1	5	4	19

3	5	1	5	4	3	21
5	3	5	3	3	4	23
4	4	4	1	2	4	19
1	5	3	3	5	3	20
3	4	3	1	3	4	18
4	3	2	4	4	3	20
4	5	1	5	3	3	21
1	3	4	1	2	4	15
4	3	5	4	3	4	23
3	5	1	3	4	3	19
4	3	3	1	4	4	19
1	3	5	3	3	3	18
4	5	1	2	3	4	19
3	3	3	4	2	5	20
4	4	5	3	5	2	23
1	5	4	4	4	5	23
4	3	5	5	4	4	25
3	3	5	4	3	5	23
4	5	5	3	4	5	26
1	3	3	4	3	4	18
4	3	4	3	4	3	21
3	5	2	3	4	5	22
4	3	3	5	4	3	22
1	3	5	4	3	2	18
4	5	4	5	2	3	23
3	3	5	4	3	5	23
1	3	3	4	5	4	20
4	5	3	5	4	2	23
3	3	3	5	3	4	21
4	3	5	3	3	5	23
2	5	4	5	4	3	23
5	3	5	4	3	5	25
3	3	3	4	2	5	20
2	5	5	4	3	3	22
5	3	4	5	4	4	25
3	3	5	3	5	4	23
5	5	4	4	4	4	26
2	3	4	4	4	4	21
3	3	4	3	5	4	22

5	5	5	4	4	4	27
5	3	5	4	4	4	25
2	3	4	5	4	5	23
5	5	4	4	4	4	26
3	4	5	4	4	3	23
5	4	4	3	3	5	24
2	5	5	4	5	5	26
5	4	5	4	3	5	26
5	4	4	5	4	4	26
3	5	4	4	3	5	24
2	3	5	4	4	3	21
4	3	3	5	5	3	23
5	5	4	3	4	4	25
4	4	3	5	4	5	25
2	3	3	3	5	3	19
3	5	2	1	4	3	18
4	4	2	3	1	5	19
5	3	1	5	4	3	21
4	5	3	1	4	3	20
2	3	3	4	1	5	18
5	4	3	2	4	3	21
4	5	3	1	2	3	18
4	3	5	2	1	4	19
2	4	3	4	3	5	21
3	5	3	1	2	4	18
5	1	5	3	1	3	18
4	1	3	5	2	3	18
2	3	4	1	4	5	19
5	1	3	2	1	5	17
3	4	4	4	3	4	22
4	1	3	1	4	5	18
2	4	3	5	1	4	19
4	3	5	3	3	2	20
5	1	4	1	2	3	16
4	3	4	5	1	4	21
2	4	3	4	2	3	18
3	4	3	1	5	2	18
4	1	5	4	1	3	18
2	4	4	3	3	3	19

5	1	3	5	5	4	23
4	4	4	3	1	4	20
5	1	5	3	5	3	22
2	4	4	5	3	4	22
5	1	3	3	1	4	17
2	4	4	3	3	3	19
5	1	5	5	5	4	25
3	4	3	3	1	4	18
5	1	4	3	5	3	21
2	4	5	5	3	4	23
3	4	3	3	1	4	18
5	1	4	3	5	3	21
3	4	5	5	3	4	24
2	4	3	3	1	4	17
3	4	4	3	5	3	22
5	1	5	5	3	1	20
2	4	3	3	1	4	17
3	3	4	3	5	3	21
5	1	5	5	3	4	23
2	4	3	3	1	4	17
5	1	4	4	5	3	22
3	4	4	5	3	5	24
3	4	5	4	1	4	21
5	1	4	5	5	3	23
4	4	5	5	3	5	26
5	1	3	4	1	4	18
3	4	4	4	5	3	23
3	4	5	5	3	4	24
5	1	4	5	5	5	25
3	4	5	4	3	3	22
3	4	4	5	5	4	25
5	1	5	3	3	5	22
3	4	4	5	5	3	24
5	1	3	5	3	3	20
5	1	5	4	5	4	24
3	4	4	5	3	1	20
3	4	4	5	3	3	22
5	1	5	3	3	4	21
5	1	4	3	3	1	17

4	4	3	5	3	3	22
3	4	4	3	5	4	23
5	1	4	5	5	3	23
3	4	5	5	5	4	26
5	1	5	3	5	5	24
5	1	4	5	3	1	19
3	4	3	5	3	3	21
5	1	3	3	3	3	18
4	4	4	5	5	1	23
4	4	3	5	3	3	22
5	1	3	3	5	5	22
4	4	4	3	3	3	21
3	4	3	5	5	4	24
5	2	3	5	3	3	21
5	2	4	5	4	1	21
3	4	3	3	5	3	21
4	4	3	5	3	5	24
5	2	4	3	5	1	20
3	4	3	5	3	3	21
4	4	3	3	5	1	20
5	2	4	5	3	1	20
3	4	3	3	5	3	21
5	2	3	5	5	4	24
5	2	4	3	5	3	22
3	4	3	5	3	1	19
4	4	3	3	3	3	20
5	2	4	5	3	3	22
3	4	3	3	3	5	21
5	2	3	3	5	1	19
5	2	4	5	3	3	22
3	4	3	1	5	4	20
3	3	3	3	5	4	21
5	2	4	5	3	3	22
3	5	3	3	5	1	20
5	2	3	3	3	3	19
3	5	4	5	3	1	21
3	5	3	3	3	3	20
5	2	4	5	3	3	22

Perceived Effectiveness (X2)				Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
3	4	5	4	16
4	4	5	3	16
5	3	5	4	17
4	5	3	5	17
5	4	3	5	17
3	3	3	2	11
3	5	5	2	15
4	5	4	5	18
5	3	5	3	16
4	5	3	4	16
5	3	2	4	14
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
4	4	5	4	17
4	5	2	5	16
3	5	4	4	16
4	3	4	5	16
3	3	3	4	13
2	5	4	3	14
4	3	5	4	16
4	5	4	3	16
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	3	4	5	17
4	4	5	3	16
3	5	4	5	17
4	3	4	5	16
3	3	4	5	15
4	4	3	5	16
4	5	3	4	16
3	4	5	4	16
4	4	5	3	16
5	3	5	4	17
4	5	3	5	17
5	4	3	5	17
3	3	3	2	11
3	5	5	2	15

4	5	4	5	18
5	3	5	3	16
4	5	3	4	16
5	3	2	4	14
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
4	4	5	4	17
4	5	2	5	16
3	5	4	4	16
4	3	4	5	16
3	3	3	4	13
2	5	4	3	14
4	3	5	4	16
4	5	4	3	16
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	3	4	5	17
4	4	5	3	16
3	5	4	5	17
4	3	4	5	16
3	3	4	5	15
4	4	3	5	16
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	3	5	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
3	3	4	4	14
5	5	5	4	19
3	4	3	3	13
5	4	4	4	17
3	4	4	4	15
4	3	4	3	14
3	2	5	5	15

5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
3	5	5	4	17
5	3	5	4	17
2	5	3	4	14
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	4	5	3	17
3	5	3	5	16
4	4	5	3	16
5	5	3	5	18
5	4	5	4	18
5	3	3	4	15
4	1	5	5	15
2	5	4	3	14
5	4	3	4	16
3	2	4	5	14
5	3	4	3	15
5	4	3	5	17
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
5	2	3	5	15
2	3	5	4	14
4	2	4	5	15
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	5	4	3	16
5	4	3	4	16
3	3	5	4	15
4	5	3	5	17
5	3	4	3	15
3	4	4	5	16
4	5	4	3	16
2	5	3	4	14
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	4	5	3	17
3	5	3	5	16

4	4	5	3	16
5	5	3	5	18
5	4	5	4	18
5	3	3	4	15
4	1	5	5	15
2	5	4	3	14
5	4	3	4	16
3	2	4	5	14
5	3	4	3	15
5	4	3	5	17
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
5	2	3	5	15
2	3	5	4	14
4	2	4	5	15
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	5	4	3	16
5	4	3	4	16
3	3	5	4	15
4	5	3	5	17
5	3	4	3	15
3	4	4	5	16
4	5	4	3	16
5	4	4	5	18
3	5	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
3	4	4	5	16
3	4	5	4	16
5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
5	5	4	4	18

4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
5	4	3	5	17
4	5	4	4	17
5	3	5	4	17
4	5	3	4	16
3	2	1	4	10
5	4	5	2	16
4	5	2	3	14
5	4	5	2	16
2	4	4	5	15
3	3	2	4	12
5	2	4	3	14
2	4	3	1	10
4	3	1	5	13
2	2	5	3	12
3	3	4	1	11
4	4	3	5	16
5	3	4	4	16
4	1	2	3	10
5	3	4	4	16
4	4	3	5	16
3	4	3	4	14
3	3	4	5	15
4	5	3	2	14
4	3	4	5	16
5	4	4	3	16
1	4	4	5	14
2	1	2	3	8
3	2	5	4	14
4	3	5	4	16
1	4	3	2	10
4	3	2	5	14
2	4	3	1	10
1	2	4	5	12
4	4	5	1	14
5	3	4	3	15
1	4	4	3	12
4	5	1	2	12

5	2	3	1	11
1	4	2	3	10
1	5	3	3	12
4	4	3	5	16
1	2	4	4	11
4	3	5	1	13
1	3	4	3	11
1	3	4	4	12
3	1	4	5	13
4	5	1	3	13
1	3	3	4	11
4	1	3	5	13
4	2	4	3	13
1	4	3	5	13
4	1	3	5	13
5	2	1	3	11
1	3	2	3	9
5	2	3	4	14
2	1	5	3	11
1	4	3	4	12
5	3	2	4	14
3	1	5	3	12
2	4	3	5	14
3	1	4	5	13
1	5	4	3	13
3	1	2	4	10
1	5	3	5	14
4	1	4	3	12
1	5	3	4	13
5	3	4	5	17
2	1	5	3	11
1	5	4	5	15
4	3	5	5	17
5	1	4	3	13
1	3	3	3	10
2	5	4	5	16
4	1	5	4	14
1	5	4	3	13
5	3	3	4	15

4	1	2	4	11
3	3	5	3	14
3	1	3	4	11
2	4	4	3	13
1	5	3	3	12
4	1	2	4	11
5	4	3	4	16
1	3	4	3	11
3	1	4	4	12
5	3	3	3	14
1	2	3	4	10
3	4	2	5	14
5	3	5	2	15
4	4	4	5	17
5	5	4	4	18
5	4	3	5	17
5	3	4	5	17
3	4	3	4	14
4	3	4	3	14
2	3	4	5	14
3	5	4	3	15
5	4	3	2	14
4	5	2	3	14
5	4	3	5	17
3	4	5	4	16
3	5	4	2	14
3	5	3	4	15
5	3	3	5	16
4	5	4	3	16
5	4	3	5	17
3	4	2	5	14
5	4	3	3	15
4	5	4	4	17
5	3	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17

4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
5	4	4	3	16
4	3	3	5	15
5	4	5	5	19
5	4	3	5	17
4	5	4	4	17
4	4	3	5	16
5	4	4	3	16
3	5	5	3	16
4	3	4	4	15
3	5	4	5	17
3	3	5	3	14
2	1	4	3	10
2	3	1	5	11
1	5	4	3	13
3	1	4	3	11
3	4	1	5	13
3	2	4	3	12
3	1	2	3	9
5	2	1	4	12
3	4	3	5	15
3	1	2	4	10
5	3	1	3	12
3	5	2	3	13
4	1	4	5	14
3	2	1	5	11
4	4	3	4	15
3	1	4	5	13
3	5	1	4	13
5	3	3	2	13
4	1	2	3	10
4	5	1	4	14
3	4	2	3	12
3	1	5	2	11
5	4	1	3	13
4	3	3	3	13
3	5	5	4	17
4	3	1	4	12

5	3	5	3	16
4	5	3	4	16
3	3	1	4	11
4	3	3	3	13
5	5	5	4	19
3	3	1	4	11
4	3	5	3	15
5	5	3	4	17
3	3	1	4	11
4	3	5	3	15
5	5	3	4	17
3	3	1	4	11
4	3	5	3	15
5	5	3	1	14
3	3	1	4	11
4	3	5	3	15
5	5	3	4	17
3	3	1	4	11
4	4	5	3	16
4	5	3	5	17
5	4	1	4	14
4	5	5	3	17
5	5	3	5	18
3	4	1	4	12
4	4	5	3	16
5	5	3	4	17
4	5	5	5	19
5	4	3	3	15
4	5	5	4	18
5	3	3	5	16
4	5	5	3	17
3	5	3	3	14
5	4	5	4	18
4	5	3	1	13
4	5	3	3	15
5	3	3	4	15
4	3	3	1	11
3	5	3	3	14
4	3	5	4	16

4	5	5	3	17
5	5	5	4	19
5	3	5	5	18
4	5	3	1	13
3	5	3	3	14
3	3	3	3	12
4	5	5	1	15
3	5	3	3	14
3	3	5	5	16
4	3	3	3	13
3	5	5	4	17
3	5	3	3	14
4	5	4	1	14
3	3	5	3	14
3	5	3	5	16
4	3	5	1	13
3	5	3	3	14
3	3	5	1	12
4	5	3	1	13
3	3	5	3	14
3	5	5	4	17
4	3	5	3	15
3	5	3	1	12
3	3	3	3	12
4	5	3	3	15
3	3	3	5	14
3	3	5	1	12
4	5	3	3	15
3	1	5	4	13
3	3	5	4	15
4	5	3	3	15
3	3	5	1	12
3	3	3	3	12
4	5	3	1	13
3	3	3	3	12
4	5	3	3	15

Feature Availability (X3)				Total
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
3	5	4	3	15
4	5	3	3	15
3	4	2	5	14
4	3	5	3	15
3	5	4	4	16
4	3	5	4	16
3	5	3	4	15
2	5	4	5	16
3	5	2	5	15
4	3	5	3	15
1	5	4	5	15
5	3	4	4	16
4	3	5	3	15
3	4	4	5	16
4	4	5	3	16
4	3	4	4	15
2	5	3	5	15
4	4	5	4	17
2	4	5	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	3	5	3	16
4	3	4	5	16
2	4	5	4	15
4	3	4	5	16
2	5	4	3	14
3	4	5	4	16
5	3	3	5	16
3	5	4	3	15
4	3	5	4	16
3	5	4	3	15
4	5	3	3	15
3	4	2	5	14
4	3	5	3	15
3	5	4	4	16
4	3	5	4	16
3	5	3	4	15

2	5	4	5	16
3	5	2	5	15
4	3	5	3	15
1	5	4	5	15
5	3	4	4	16
4	3	5	3	15
3	4	4	5	16
4	4	5	3	16
4	3	4	4	15
2	5	3	5	15
4	4	5	4	17
2	4	5	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	3	5	3	16
4	3	4	5	16
2	4	5	4	15
4	3	4	5	16
2	5	4	3	14
3	4	5	4	16
5	3	3	5	16
3	5	4	3	15
4	3	5	4	16
5	5	3	4	17
3	4	5	4	16
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	3	5	17
4	4	5	5	18
5	4	3	5	17
5	5	4	4	18
3	5	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	3	3	15
4	4	4	4	16
5	4	3	5	17
3	4	4	4	15
5	5	5	5	20
5	4	3	3	15

5	3	3	5	16
3	4	4	5	16
4	5	4	5	18
4	4	3	5	16
3	4	5	4	16
4	4	5	3	16
5	3	5	4	17
4	5	3	5	17
5	4	3	5	17
3	3	3	2	11
3	5	5	2	15
4	5	4	5	18
5	3	5	3	16
4	5	3	4	16
5	3	2	4	14
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
4	4	5	4	17
4	5	2	5	16
3	5	4	4	16
4	3	4	5	16
3	3	3	4	13
2	5	4	3	14
4	3	5	4	16
4	5	4	3	16
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	3	4	5	17
4	4	5	3	16
3	5	4	5	17
4	3	4	5	16
3	3	4	5	15
4	4	3	5	16
4	5	3	4	16
3	4	5	4	16
4	4	5	3	16
5	3	5	4	17
4	5	3	5	17
5	4	3	5	17

3	3	3	2	11
3	5	5	2	15
4	5	4	5	18
5	3	5	3	16
4	5	3	4	16
5	3	2	4	14
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
4	4	5	4	17
4	5	2	5	16
3	5	4	4	16
4	3	4	5	16
3	3	3	4	13
2	5	4	3	14
4	3	5	4	16
4	5	4	3	16
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	3	4	5	17
4	4	5	3	16
3	5	4	5	17
4	3	4	5	16
3	3	4	5	15
4	4	3	5	16
4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
4	5	5	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
5	3	5	5	18
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	4	19
3	3	4	4	14
5	5	5	4	19
3	4	3	3	13
5	4	4	4	17
3	4	4	4	15

4	3	4	3	14
3	2	5	5	15
5	4	4	5	18
4	4	4	4	16
3	5	5	4	17
5	3	5	4	17
4	5	3	2	14
3	4	5	4	16
4	4	4	5	17
3	4	5	4	16
4	3	2	4	13
1	5	3	3	12
3	4	5	2	14
1	5	2	4	12
3	4	4	3	14
4	4	2	2	12
4	5	3	3	15
1	3	4	4	12
3	2	5	3	13
4	5	4	1	14
3	2	5	3	13
1	3	4	4	12
3	5	3	4	15
4	2	3	3	12
3	3	4	5	15
1	5	4	3	13
4	2	5	4	15
3	3	1	4	11
4	5	2	1	12
1	3	3	2	9
3	2	4	3	12
4	5	1	4	14
4	2	4	3	13
3	3	2	4	12
1	5	1	2	9
3	2	4	4	13
4	2	5	3	14
1	5	1	4	11
3	3	4	5	15

4	2	5	2	13
4	5	1	4	14
1	4	1	5	11
4	2	4	4	14
3	5	1	2	11
4	2	4	3	13
1	4	1	3	9
4	5	1	3	13
4	2	3	1	10
3	3	4	5	15
1	5	1	3	10
4	3	4	1	12
4	3	4	2	13
5	5	1	4	15
1	4	4	1	10
4	3	5	2	14
5	5	1	3	14
3	4	5	2	14
1	4	2	1	8
3	5	1	4	13
4	3	5	3	15
5	3	3	1	12
1	5	2	4	12
4	3	3	1	11
3	3	1	5	12
1	5	3	1	10
4	3	1	5	13
3	3	4	1	11
1	5	1	5	12
5	3	5	3	16
4	3	2	1	10
5	5	1	5	16
1	3	4	3	11
3	3	5	1	12
5	5	1	3	14
5	3	2	5	15
1	4	4	1	10
3	5	1	5	14
5	3	5	3	16

4	4	4	1	13
1	5	3	3	12
3	4	3	1	11
4	3	2	4	13
4	5	1	5	15
1	3	4	1	9
4	3	5	4	16
3	5	1	3	12
4	3	3	1	11
1	3	5	3	12
4	5	1	2	12
3	3	3	4	13
4	4	5	3	16
1	5	4	4	14
4	3	5	5	17
3	3	5	4	15
4	5	5	3	17
1	3	3	4	11
4	3	4	3	14
3	5	2	3	13
4	3	3	5	15
1	3	5	4	13
4	5	4	5	18
3	3	5	4	15
1	3	3	4	11
4	5	3	5	17
3	3	3	5	14
4	3	5	3	15
2	5	4	5	16
5	3	5	4	17
3	3	3	4	13
2	5	5	4	16
5	3	4	5	17
3	3	5	3	14
5	5	4	4	18
2	3	4	4	13
3	3	4	3	13
5	5	5	4	19
5	3	5	4	17

2	3	4	5	14
5	5	4	4	18
3	4	5	4	16
5	4	4	3	16
2	5	5	4	16
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
3	5	4	4	16
2	3	5	4	14
4	3	3	5	15
5	5	4	3	17
4	4	3	5	16
2	3	3	3	11
3	5	2	1	11
4	4	2	3	13
5	3	1	5	14
4	5	3	1	13
2	3	3	4	12
5	4	3	2	14
4	5	3	1	13
4	3	5	2	14
2	4	3	4	13
3	5	3	1	12
5	1	5	3	14
4	1	3	5	13
2	3	4	1	10
5	1	3	2	11
3	4	4	4	15
4	1	3	1	9
2	4	3	5	14
4	3	5	3	15
5	1	4	1	11
4	3	4	5	16
2	4	3	4	13
3	4	3	1	11
4	1	5	4	14
2	4	4	3	13
5	1	3	5	14
4	4	4	3	15

5	1	5	3	14
2	4	4	5	15
5	1	3	3	12
2	4	4	3	13
5	1	5	5	16
3	4	3	3	13
5	1	4	3	13
2	4	5	5	16
3	4	3	3	13
5	1	4	3	13
3	4	5	5	17
2	4	3	3	12
3	4	4	3	14
5	1	5	5	16
2	4	3	3	12
3	3	4	3	13
5	1	5	5	16
2	4	3	3	12
5	1	4	4	14
3	4	4	5	16
3	4	5	4	16
5	1	4	5	15
4	4	5	5	18
5	1	3	4	13
3	4	4	4	15
3	4	5	5	17
5	1	4	5	15
3	4	5	4	16
3	4	4	5	16
5	1	5	3	14
3	4	4	5	16
5	1	3	5	14
5	1	5	4	15
3	4	4	5	16
3	4	4	5	16
5	1	5	3	14
5	1	4	3	13
4	4	3	5	16
3	4	4	3	14

5	1	4	5	15
3	4	5	5	17
5	1	5	3	14
5	1	4	5	15
3	4	3	5	15
5	1	3	3	12
4	4	4	5	17
4	4	3	5	16
5	1	3	3	12
4	4	4	3	15
3	4	3	5	15
5	2	3	5	15
5	2	4	5	16
3	4	3	3	13
4	4	3	5	16
5	2	4	3	14
3	4	3	5	15
4	4	3	3	14
5	2	4	5	16
3	4	3	3	13
5	2	3	5	15
5	2	4	3	14
3	4	3	5	15
4	4	3	3	14
5	2	4	5	16
3	4	3	3	13
5	2	3	3	13
5	2	4	5	16
3	4	3	1	11
3	3	3	3	12
5	2	4	5	16
3	5	3	3	14
5	2	3	3	13
3	5	4	5	17
3	5	3	3	14
5	2	4	5	16

Keamanan (X4)					Total
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
2	5	4	4	3	18
3	3	2	5	5	18
3	4	3	5	3	18
4	3	4	4	5	20
3	4	5	3	4	19
5	2	5	4	3	19
2	4	3	5	3	17
5	4	3	4	5	21
4	5	3	5	2	19
3	3	4	2	5	17
1	5	3	5	2	16
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	4	23
3	5	4	3	5	20
2	5	3	4	5	19
4	3	4	3	4	18
5	4	3	4	3	19
3	2	3	4	5	17
4	3	5	4	3	19
3	5	4	3	2	17
5	4	5	2	3	19
2	5	4	3	5	19
3	3	4	5	4	19
5	3	5	4	2	19
4	3	5	3	4	19
4	5	3	3	5	20
5	4	5	4	3	21
3	5	4	3	5	20
4	3	4	2	5	18
4	5	4	3	3	19
2	5	4	4	3	18
3	3	2	5	5	18
3	4	3	5	3	18
4	3	4	4	5	20
3	4	5	3	4	19
5	2	5	4	3	19
2	4	3	5	3	17

5	4	3	4	5	21
4	5	3	5	2	19
3	3	4	2	5	17
1	5	3	5	2	16
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	4	23
3	5	4	3	5	20
2	5	3	4	5	19
4	3	4	3	4	18
5	4	3	4	3	19
3	2	3	4	5	17
4	3	5	4	3	19
3	5	4	3	2	17
5	4	5	2	3	19
2	5	4	3	5	19
3	3	4	5	4	19
5	3	5	4	2	19
4	3	5	3	4	19
4	5	3	3	5	20
5	4	5	4	3	21
3	5	4	3	5	20
4	3	4	2	5	18
4	5	4	3	3	19
3	4	5	4	4	20
4	5	3	5	4	21
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	4	3	5	4	21
4	5	4	4	4	21
3	5	4	4	4	20
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	3	21
5	4	3	3	5	20
4	5	4	5	5	23
3	5	4	3	5	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	5	4	4	3	21

4	3	5	5	3	20
4	4	4	4	4	20
3	3	5	4	5	20
4	3	3	5	3	18
3	5	4	5	2	19
4	3	4	3	5	19
5	5	4	4	4	22
5	3	5	4	3	20
4	5	4	3	5	21
3	1	3	3	4	14
5	2	5	5	2	19
5	4	5	4	5	23
3	5	2	4	5	19
4	2	5	3	4	18
2	5	2	4	5	18
5	4	4	3	3	19
4	5	4	3	5	21
4	5	4	5	4	22
3	5	3	5	4	20
4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	5	19
5	5	2	5	3	20
4	2	5	4	3	18
4	1	3	5	5	18
5	3	5	1	4	18
3	4	3	5	3	18
4	5	4	3	5	21
5	4	3	5	4	21
3	5	4	3	5	20
5	4	3	2	3	17
5	3	4	5	1	18
3	3	3	2	5	16
5	2	4	3	4	18
1	5	3	4	5	18
3	5	4	5	2	19
4	3	4	3	5	19
5	5	4	4	4	22
5	3	5	4	3	20
4	5	4	3	5	21

3	1	3	3	4	14
5	2	5	5	2	19
5	4	5	4	5	23
3	5	2	4	5	19
4	2	5	3	4	18
2	5	2	4	5	18
5	4	4	3	3	19
4	5	4	3	5	21
4	5	4	5	4	22
3	5	3	5	4	20
4	4	4	4	5	21
3	4	4	3	5	19
5	5	2	5	3	20
4	2	5	4	3	18
4	1	3	5	5	18
5	3	5	1	4	18
3	4	3	5	3	18
4	5	4	3	5	21
5	4	3	5	4	21
3	5	4	3	5	20
5	4	3	2	3	17
5	3	4	5	1	18
3	3	3	2	5	16
5	2	4	3	4	18
1	5	3	4	5	18
3	5	4	5	4	21
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	3	21
5	5	4	5	5	24
4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	5	4	3	3	19
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21
4	5	4	5	4	22
5	4	4	4	5	22

4	5	5	4	4	22
4	3	4	4	5	20
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	4	5	23
4	3	5	4	5	21
5	3	2	1	4	15
4	5	4	5	2	20
4	4	5	2	3	18
4	5	4	5	2	20
3	2	4	4	5	18
5	3	3	2	4	17
4	5	2	4	3	18
5	2	4	3	1	15
4	4	3	1	5	17
4	2	2	5	3	16
5	3	3	4	1	16
3	4	4	3	5	19
2	5	3	4	4	18
5	4	1	2	3	15
2	5	3	4	4	18
3	4	4	3	5	19
5	3	4	3	4	19
2	3	3	4	5	17
3	4	5	3	2	17
5	4	3	4	5	21
2	5	4	4	3	18
3	1	4	4	5	17
5	2	1	2	3	13
3	3	2	5	4	17
2	4	3	5	4	18
5	1	4	3	2	15
2	4	3	2	5	16
3	2	4	3	1	13
5	1	2	4	5	17
2	4	4	5	1	16
2	5	3	4	3	17
5	1	4	4	3	17
3	4	5	1	2	15

2	5	2	3	1	13
5	1	4	2	3	15
4	1	5	3	3	16
2	4	4	3	5	18
5	1	2	4	4	16
2	4	3	5	1	15
4	1	3	4	3	15
5	1	3	4	4	17
2	3	1	4	5	15
3	4	5	1	3	16
5	1	3	3	4	16
3	4	1	3	5	16
3	4	2	4	3	16
5	1	4	3	5	18
4	4	1	3	5	17
3	5	2	1	3	14
5	1	3	2	3	14
4	5	2	3	4	18
4	2	1	5	3	15
5	1	4	3	4	17
3	5	3	2	4	17
3	3	1	5	3	15
5	2	4	3	5	19
3	3	1	4	5	16
3	1	5	4	3	16
5	3	1	2	4	15
3	1	5	3	5	17
3	4	1	4	3	15
5	1	5	3	4	18
3	5	3	4	5	20
3	2	1	5	3	14
5	1	5	4	5	20
3	4	3	5	5	20
3	5	1	4	3	16
5	1	3	3	3	15
3	2	5	4	5	19
4	4	1	5	4	18
5	1	5	4	3	18
3	5	3	3	4	18

4	4	1	2	4	15
5	3	3	5	3	19
4	3	1	3	4	15
3	2	4	4	3	16
5	1	5	3	3	17
3	4	1	2	4	14
3	5	4	3	4	19
5	1	3	4	3	16
3	3	1	4	4	15
3	5	3	3	3	17
5	1	2	3	4	15
3	3	4	2	5	17
4	5	3	5	2	19
5	4	4	4	5	22
3	5	5	4	4	21
3	5	4	3	5	20
5	5	3	4	5	22
3	3	4	3	4	17
3	4	3	4	3	17
5	2	3	4	5	19
3	3	5	4	3	18
3	5	4	3	2	17
5	4	5	2	3	19
3	5	4	3	5	20
3	3	4	5	4	19
5	3	5	4	2	19
3	3	5	3	4	18
3	5	3	3	5	19
5	4	5	4	3	21
3	5	4	3	5	20
3	3	4	2	5	17
5	5	4	3	3	20
3	4	5	4	4	20
3	5	3	5	4	20
5	4	4	4	4	21
3	4	4	4	4	19
3	4	3	5	4	19
5	5	4	4	4	22
3	5	4	4	4	20

3	4	5	4	5	21
5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	3	20
4	4	3	3	5	19
5	5	4	5	5	24
4	5	4	3	5	21
4	4	5	4	4	21
5	4	4	3	5	21
3	5	4	4	3	19
3	3	5	5	3	19
5	4	3	4	4	20
4	3	5	4	5	21
3	3	3	5	3	17
5	2	1	4	3	15
4	2	3	1	5	15
3	1	5	4	3	16
5	3	1	4	3	16
3	3	4	1	5	16
4	3	2	4	3	16
5	3	1	2	3	14
3	5	2	1	4	15
4	3	4	3	5	19
5	3	1	2	4	15
1	5	3	1	3	13
1	3	5	2	3	14
3	4	1	4	5	17
1	3	2	1	5	12
4	4	4	3	4	19
1	3	1	4	5	14
4	3	5	1	4	17
3	5	3	3	2	16
1	4	1	2	3	11
3	4	5	1	4	17
4	3	4	2	3	16
4	3	1	5	2	15
1	5	4	1	3	14
4	4	3	3	3	17
1	3	5	5	4	18
4	4	3	1	4	16

1	5	3	5	3	17
4	4	5	3	4	20
1	3	3	1	4	12
4	4	3	3	3	17
1	5	5	5	4	20
4	3	3	1	4	15
1	4	3	5	3	16
4	5	5	3	4	21
4	3	3	1	4	15
1	4	3	5	3	16
4	5	5	3	4	21
4	3	3	1	4	15
4	4	3	5	3	19
1	5	5	3	1	15
4	3	3	1	4	15
3	4	3	5	3	18
1	5	5	3	4	18
4	3	3	1	4	15
1	4	4	5	3	17
4	4	5	3	5	21
4	5	4	1	4	18
1	4	5	5	3	18
4	5	5	3	5	22
1	3	4	1	4	13
4	4	4	5	3	20
4	5	5	3	4	21
1	4	5	5	5	20
4	5	4	3	3	19
4	4	5	5	4	22
1	5	3	3	5	17
4	4	5	5	3	21
1	3	5	3	3	15
1	5	4	5	4	19
4	4	5	3	1	17
4	4	5	3	3	19
1	5	3	3	4	16
1	4	3	3	1	12
4	3	5	3	3	18
4	4	3	5	4	20

1	4	5	5	3	18
4	5	5	5	4	23
1	5	3	5	5	19
1	4	5	3	1	14
4	3	5	3	3	18
1	3	3	3	3	13
4	4	5	5	1	19
4	3	5	3	3	18
1	3	3	5	5	17
4	4	3	3	3	17
4	3	5	5	4	21
2	3	5	3	3	16
2	4	5	4	1	16
4	3	3	5	3	18
4	3	5	3	5	20
2	4	3	5	1	15
4	3	5	3	3	18
4	3	3	5	1	16
2	4	5	3	1	15
4	3	3	5	3	18
2	3	5	5	4	19
2	4	3	5	3	17
4	3	5	3	1	16
4	3	3	3	3	16
2	4	5	3	3	17
4	3	3	3	5	18
2	3	3	5	1	14
2	4	5	3	3	17
4	3	1	5	4	17
3	3	3	5	4	18
2	4	5	3	3	17
5	3	3	5	1	17
2	3	3	3	3	14
5	4	5	3	1	18
5	3	3	3	3	17
2	4	5	3	3	17

Minat Menggunakan				Total
Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	
2	5	3	4	14
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	4	5	3	17
3	5	3	5	16
4	4	5	3	16
5	5	3	5	18
5	4	5	4	18
5	3	3	4	15
4	1	5	5	15
2	5	4	3	14
5	4	3	4	16
3	2	4	5	14
5	3	4	3	15
5	4	3	5	17
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
5	2	3	5	15
2	3	5	4	14
4	2	4	5	15
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	5	4	3	16
5	4	3	4	16
3	3	5	4	15
4	5	3	5	17
5	3	4	3	15
3	4	4	5	16
4	5	4	3	16
2	5	3	4	14
5	3	4	3	15
3	4	5	4	16
5	4	5	3	17
3	5	3	5	16
4	4	5	3	16
5	5	3	5	18

5	4	5	4	18
5	3	3	4	15
4	1	5	5	15
2	5	4	3	14
5	4	3	4	16
3	2	4	5	14
5	3	4	3	15
5	4	3	5	17
4	3	4	4	15
4	4	5	4	17
5	2	3	5	15
2	3	5	4	14
4	2	4	5	15
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
4	5	4	3	16
5	4	3	4	16
3	3	5	4	15
4	5	3	5	17
5	3	4	3	15
3	4	4	5	16
4	5	4	3	16
5	4	4	5	18
3	5	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
3	4	4	5	16
3	4	5	4	16
5	5	4	4	18
5	4	5	5	19
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15

5	4	3	5	17
4	5	4	4	17
5	3	5	4	17
4	5	3	4	16
3	5	4	3	15
4	5	3	3	15
3	4	2	5	14
4	3	5	3	15
3	5	4	4	16
4	3	5	4	16
3	5	3	4	15
2	5	4	5	16
3	5	2	5	15
4	3	5	3	15
1	5	4	5	15
5	3	4	4	16
4	3	5	3	15
3	4	4	5	16
4	4	5	3	16
4	3	4	4	15
2	5	3	5	15
4	4	5	4	17
2	4	5	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	3	5	3	16
4	3	4	5	16
2	4	5	4	15
4	3	4	5	16
2	5	4	3	14
3	4	5	4	16
5	3	3	5	16
3	5	4	3	15
4	3	5	4	16
3	5	4	3	15
4	5	3	3	15
3	4	2	5	14
4	3	5	3	15
3	5	4	4	16

4	3	5	4	16
3	5	3	4	15
2	5	4	5	16
3	5	2	5	15
4	3	5	3	15
1	5	4	5	15
5	3	4	4	16
4	3	5	3	15
3	4	4	5	16
4	4	5	3	16
4	3	4	4	15
2	5	3	5	15
4	4	5	4	17
2	4	5	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	3	5	3	16
4	3	4	5	16
2	4	5	4	15
4	3	4	5	16
2	5	4	3	14
3	4	5	4	16
5	3	3	5	16
3	5	4	3	15
4	3	5	4	16
5	5	3	4	17
3	4	5	4	16
4	5	5	4	18
4	5	5	4	18
4	5	3	5	17
4	4	5	5	18
5	4	3	5	17
5	5	4	4	18
3	5	5	4	17
4	4	5	4	17
5	4	3	3	15
4	4	4	4	16
5	4	3	5	17
3	4	4	4	15

5	5	5	5	20
5	4	3	3	15
5	3	3	5	16
3	4	4	5	16
4	5	4	5	18
4	4	3	5	16
1	4	5	3	13
5	2	4	5	16
2	3	4	4	13
5	2	4	5	16
4	5	3	2	14
2	4	5	3	14
4	3	4	5	16
3	1	5	2	11
1	5	4	4	14
5	3	4	2	14
4	1	5	3	13
3	5	3	4	15
4	4	2	5	15
2	3	5	4	14
4	4	2	5	15
3	5	3	4	15
3	4	5	3	15
4	5	2	3	14
3	2	3	4	12
4	5	5	4	18
4	3	2	5	14
4	5	3	1	13
2	3	5	2	12
5	4	3	3	15
5	4	2	4	15
3	2	5	1	11
2	5	2	4	13
3	1	3	2	9
4	5	5	1	15
5	1	2	4	12
4	3	2	5	14
4	3	5	1	13
1	2	3	4	10

3	1	2	5	11
2	3	5	1	11
3	3	4	1	11
3	5	2	4	14
4	4	5	1	14
5	1	2	4	12
4	3	4	1	12
4	4	5	1	14
4	5	2	3	14
1	3	3	4	11
3	4	5	1	13
3	5	3	4	15
4	3	3	4	14
3	5	5	1	14
3	5	4	4	16
1	3	3	5	12
2	3	5	1	11
3	4	4	5	16
5	3	4	2	14
3	4	5	1	13
2	4	3	5	14
5	3	3	3	14
3	5	5	2	15
4	5	3	3	15
4	3	3	1	11
2	4	5	3	14
3	5	3	1	12
4	3	3	4	14
3	4	5	1	13
4	5	3	5	17
5	3	3	2	13
4	5	5	1	15
5	5	3	4	17
4	3	3	5	15
3	3	5	1	12
4	5	3	2	14
5	4	4	4	17
4	3	5	1	13
3	4	3	5	15

2	4	4	4	14
5	3	5	3	16
3	4	4	3	14
4	3	3	2	12
3	3	5	1	12
2	4	3	4	13
3	4	3	5	15
4	3	5	1	13
4	4	3	3	14
3	3	3	5	14
3	4	5	1	13
2	5	3	3	13
5	2	4	5	16
4	5	5	4	18
4	4	3	5	16
3	5	3	5	16
4	5	5	5	19
3	4	3	3	13
4	3	3	4	14
4	5	5	2	16
4	3	3	3	13
3	2	3	5	13
2	3	5	4	14
3	5	3	5	16
5	4	3	3	15
4	2	5	3	14
3	4	3	3	13
3	5	3	5	16
4	3	5	4	16
3	5	3	5	16
2	5	3	3	13
3	3	5	5	16
4	4	3	4	15
5	4	3	5	17
4	4	5	4	17
4	4	3	4	15
5	4	3	4	16
4	4	5	5	18
4	4	3	5	16

4	5	3	4	16
4	4	5	4	17
4	3	4	5	16
3	5	4	4	16
5	5	5	5	20
3	5	4	5	17
4	4	4	4	16
3	5	5	4	17
4	3	3	5	15
5	3	3	3	14
4	4	5	4	17
4	5	4	3	16
5	3	3	3	14
4	3	5	2	14
1	5	4	2	12
4	3	3	1	11
4	3	5	3	15
1	5	3	3	12
4	3	4	3	14
2	3	5	3	13
1	4	3	5	13
3	5	4	3	15
2	4	5	3	14
1	3	1	5	10
2	3	1	3	9
4	5	3	4	16
1	5	1	3	10
3	4	4	4	15
4	5	1	3	13
1	4	4	3	12
3	2	3	5	13
2	3	1	4	10
1	4	3	4	12
2	3	4	3	12
5	2	4	3	14
1	3	1	5	10
3	3	4	4	14
5	4	1	3	13
1	4	4	4	13

5	3	1	5	14
3	4	4	4	15
1	4	1	3	9
3	3	4	4	14
5	4	1	5	15
1	4	4	3	12
5	3	1	4	13
3	4	4	5	16
1	4	4	3	12
5	3	1	4	13
3	4	4	5	16
1	4	4	3	12
5	3	4	4	16
3	1	1	5	10
1	4	4	3	12
5	3	3	4	15
3	4	1	5	13
1	4	4	3	12
5	3	1	4	13
3	5	4	4	16
1	4	4	5	14
5	3	1	4	13
3	5	4	5	17
1	4	1	3	9
5	3	4	4	16
3	4	4	5	16
5	5	1	4	15
3	3	4	5	15
5	4	4	4	17
3	5	1	5	14
5	3	4	4	16
3	3	1	3	10
5	4	1	5	15
3	1	4	4	12
3	3	4	4	14
3	4	1	5	13
3	1	1	4	9
3	3	4	3	13
5	4	4	4	17

5	3	1	4	13
5	4	4	5	18
5	5	1	5	16
3	1	1	4	9
3	3	4	3	13
3	3	1	3	10
5	1	4	4	14
3	3	4	3	13
5	5	1	3	14
3	3	4	4	14
5	4	4	3	16
3	3	2	3	11
4	1	2	4	11
5	3	4	3	15
3	5	4	3	15
5	1	2	4	12
3	3	4	3	13
5	1	4	3	13
3	1	2	4	10
5	3	4	3	15
5	4	2	3	14
5	3	2	4	14
3	1	4	3	11
3	3	4	3	13
3	3	2	4	12
3	5	4	3	15
5	1	2	3	11
3	3	2	4	12
5	4	4	3	16
5	4	3	3	15
3	3	2	4	12
5	1	5	3	14
3	3	2	3	11
3	1	5	4	13
3	3	5	3	14
3	3	2	4	12

Lampiran 4. Hasil Turnitin

skripsi

ORIGINALITY REPORT

24%

SIMILARITY INDEX

22%

INTERNET SOURCES

14%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etheses.uin-malang.ac.id

Internet Source

10%

2

eprints.walisongo.ac.id

Internet Source

2%

3

repository.ub.ac.id

Internet Source

1%

4

eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

1%

5

repository.ar-raniry.ac.id

Internet Source

1%

6

Submitted to Universitas Muria Kudus

Student Paper

1%

7

repository.uinjambi.ac.id

Internet Source

1%

8

repository.teknokrat.ac.id

Internet Source

1%

9

Submitted to Universitas Diponegoro

Student Paper

1%

Lampiran 5. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



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 : Kartika Ratnasari, M.Pd
NIP : 198304022023212026
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Dila Reski Wulandari
NIM : 200503110013
Konsentrasi : Entrepreneur
Judul Skripsi : **PENGARUH PERCEIVED EASE OF USE, PERCEIVED EFFECTIVENESS,
FEATURE AVAILABILITY DAN KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING BSI 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
24%	22%	14%	11%

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

Malang, 13 Juni 2024

UP2M



Kartika Ratnasari, M.Pd

Lampiran 6. 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 : 200503110013
Nama : Dila Reski Wulandari
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Perbankan Syariah
Dosen Pembimbing : Kurniawati Meylianingrum, M.E
Judul Skripsi : Jurnal Bimbingan

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	3 Oktober 2023	Bimbingan Judul Proposal	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
2	11 Oktober 2023	Revisi Bab 1,2,3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
3	9 November 2023	Revisi Bab 1,2,3	Ganjil 2023/2024	Sudah Dikoreksi
4	5 Juni 2024	Bimbingan Bab 4&5	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
5	6 Juni 2024	Revisi bab 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
6	7 Juni 2024	Bimbingan Jurnal	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
7	10 Juni 2024	Bimbingan bab 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi
8	12 Juni 2024	Revisi bab 4	Genap 2023/2024	Sudah Dikoreksi

Malang, 12 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Kurniawati Meylianingrum, M.E

Lampiran 7. Biodata Peneliti

BIODATA PENELITIAN

Nama Lengkap : Dila Reski Wulandari
Tempat, Tanggal Lahir : Malang, 30 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : Kalisangkrah Rt. 23 Rw. 05, Donomulyo, Malang
E-mail : delariski5754@gmail.com

Riwayat Pendidikan Formal

1. SDN Sumberoto 1 (2008-2014)
2. MTSN 5 Kabupaten Malang (2014-2017)
3. MAN 3 Kabupaten Malang (2017-2020)
4. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2020-2024)