

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
UNTUK MENGGUNAKAN FASILITAS MOBILE BANKING (STUDI
KASUS PADA BANK MUAMALAT KANTOR
CABANG UTAMA LANGSA)**

OLEH:

**NURHAYANI.B
4012015020**



**Program Studi
PERBANKAN SYARIAH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
TAHUN AKADEMIK 2020 M / 1442 H**

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH
UNTUK MENGGUNAKAN FASILITAS *MOBILE BANKING* (STUDI
KASUS PADA BANK MUAMALAT KANTOR CABANG UTAMA
LANGSA)**

Oleh:

NURHAYANI.B
Nim. 4012015020

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.) Pada Program Studi Perbankan Syariah

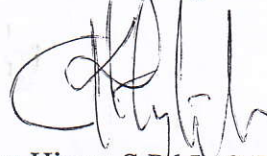
Langsa, 27 Juli 2020

Pembimbing 1



Dr. Iskandar, MCL
NIDN. 2016066502

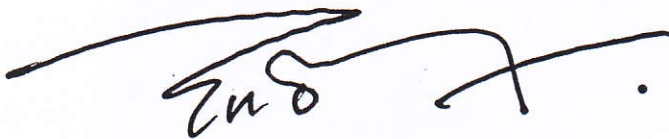
Pembimbing 2



Khairatun Hisan, S.Pd.I., S.E., M.Sc.
NIDN.2024099003

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Dr. Early Ridho Kismawadi, S.E.I., MA

NIDN.2011118901

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT NASABAH UNTUK MENGGUNAKAN FASILITAS *MOBILE BANKING* (STUDI KASUS BANK MUAMALAT KANTOR CABANG UTAMA LANGSA)”** an. Nurhayani.B, NIM 4012015020 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada tanggal 25 Agustus 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE) pada program Studi Perbankan Syariah.

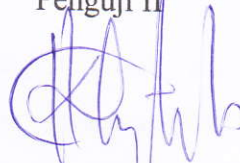
Langsa, 25 Agustus 2020
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah IAIN Langsa

Penguji I



Dr. Iskandar, MCL
NIDN. 2016066502

Penguji II



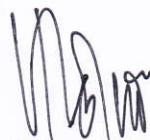
Khairatun Hisan, S.Pd.I., S.E., M.Sc.
NIDN. 2024099003

Penguji III



Abdul Hamid, MA
NIDN. 2031077301

Penguji IV



Mastura, M.E.I
NIDN. 2013078701

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Iskandar, MCL
NIDN. 2016066502

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : NURHAYANI.B
Nim : 4012015020
TTL : Simpang Empat, 09 September 1997
Program Studi : Perbankan Syariah
Alamat : Desa Simpang IV, Kec. Karang Baru, Kab. ATAM

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul “**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat nasabah untuk menggunakan Fasilitas Mobile Banking Bank Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCU Langsa)**” adalah benar asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil orang lain, dan saya bersedia menanggung resiko yang ditimbulkan apabila pernyataan ini tidak benar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 22 Juli 2020
vanc membuat pernyataan



NURHAYANI. B
Nim. 4012015020

MOTTO

Mimpi hanyalah angan-angan tanpa belajar, belajar menjadi tidak berkah
tanpa do'a, do'a akan sia-sia tanpa usaha, setelah semuanya ada
berserah dan bertawakkal kepada-Nya

(Penulis)

Kesusahan kamu sekarang adalah PR yang harus kamu kerjakan demi masa
depan mu yang lebih gemilang

(Penulis)

Allah Berfirman dalam surat Ar- Ra'd ayat 11:

.....يَأْتُوا فِيهِ مِمَّا يُغَيِّرُ أَحَدُهُمْ لِيُقَومَ مِمَّا يُغَيِّرُ لَوْلَا إِلَهُانَّ

Artinya: "...Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum
sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri..."

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT sebuah karya
kecil dan sederhana ini penulis persembahkan untuk:

Ayah dan Ibu yang sangat penulis sayangi yang selalu mendoakan,
memberi kasih sayang, dukungan dan ketulusan hati, alhamdulillah
telah mengantarkan penulis sampai ketahap yang sekarang ini.
sebuah karya ilmiah inilah sebagai salah satu bagian kecil dari wujud
cinta kasih penulis untuk ayah dan ibu.

Adik ku tersayang yang sudah mendukung dan menghibur penulis.
Sahabat-sahabat semuanya yang telah setia dan saling memotivasi
satu sama lain.

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat nasabah untuk menggunakan Fasilitas *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi pada Bank Muamalat KCU Langsa). Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket/kuesioner dengan populasi 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan bantuan *software* SPSS versi 17.0. Dari beberapa hipotesis yang diajukan, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* adalah kemudahan, kepercayaan dan risiko. Secara parsial, variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat dengan nilai t_{hitung} sebesar $3.754 > t_{tabel}$ (1.660). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05), variabel kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat dengan nilai t_{hitung} sebesar $6.660 > t_{tabel}$ (1.660). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05) dan variabel risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat dengan nilai t_{hitung} sebesar $4.506 > t_{tabel}$ (1.660). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05). Sedangkan secara simultan, faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat nasabah dengan nilai F_{hitung} sebesar $35.969 > F_{tabel}$ (2.70) dengan nilai value sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian nilai *R square* sebesar 0,514 atau 51,4% variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Kata Kunci: Kemudahan, Kepercayaan, Risiko dan Minat Nasabah

ABSTRACT

This research was conducted to determine the factors that influence customer interest in using the Islamic Bank Mobile Banking Facility (Study at Bank Muamalat KCU Langsa). The data was collected using a questionnaire with a population of 100 respondents with the sampling technique using purposive sampling. The data analysis method used is multiple linear regression analysis using SPSS version 17.0 software. From several hypotheses put forward, the results of the study indicate that the factors that influence customer interest in using mobile banking are ease, trust and risk. Partially, the convenience variable has an effect on customer interest in using bank muamalat mobile banking with a t value of $3.754 > t$ table (1.660). This is indicated by a significant value of 0.000 which is smaller than the value of α (0.05), the trust variable has an effect on customer interest in using bank muamalat mobile banking with a t-count value of $6.660 > t$ table (1.660). This is indicated by a significant value of 0.000 which is smaller than the value of α (0.05) and the risk variable has an effect on customer interest in using bank muamalat mobile banking with a t-count value of $4.506 > t$ table (1.660). This is indicated by a significant value of 0.000 smaller than the value of α (0.05). Meanwhile, simultaneously, these factors have a significant influence on customer interest with a calculated F value of $35,969 > F$ table (2.70) with a value of $0,000 < 0.05$. Then the R square value is 0.514 or 51.4% of the independent variables explain the dependent variable.

Keywords: Ease, Trust, Risk and Customer Interest

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur kepada Ilahi Rabbi, Allah yang Maha Tinggi dan Pemurah. yang telah melimpahkan Rahmat dan Kudrah-Nya kepada kita semua terutama sekali kepada penulis, sehingga telah dapat menyusun skripsi ini dalam rangka menyelesaikan studi dan memenuhi sebahagian syarat-syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu (S-I) dalam bidang ilmu Ekonomi Islam. Dalam hal ini penulis mengangkat judul “**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas *Mobile Banking* (Studi kasus Pada Bank Muamalat KCULangsa)**” Shalawat dan salam kepada junjungan alam pahlawan revolusi sedunia. Nabi Besar Muhammad Saw. dan beserta keluarga dan al-shahabat beliau sekalian yang seimbang bahu dan seayun langkah dalam menegakkan kalimat Laillahailallah Muhammadarrasulullah. Selanjutnya dalam penyelesaian penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan, pengarahan, bimbingan dan dukungan moral maupun materil dari berbagai pihak.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA Sebagai Rektor IAIN Zawiyah Cot Kala Langsa
2. Bapak Dr. Iskandar, M.C.L, selaku Ketua FakultasEkonomidanBisnis Islam IAIN Langsa.
3. Bapak Dr. Early RidhoKismawadi, S.E.I., MA selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah IAIN Langsa.
4. Bapak Dr. Iskandar, M.C.L, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Khairatun Hisan, M.Scselaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, petunjuk dan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, yang telah membekali penulis dengan berbagai ilmu dan pengetahuan sehingga dapat terselesaikan perkuliahan ini.

7. Terkhusus dan istimewa buat kedua orang tua tercinta yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik dan memberikan bantuan dan kasih sayang tanpa batas. Abang dan adik yang menjadi motivasi untuk penyelesaian skripsi ini.

Seiring doa semoga kiranya Allah SWT membalas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Penulis telah berupaya dengan semaksimal mungkin dalam penyelesaian skripsi ini, namun penulis menyadari sepenuhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT, penulis mohon maaf dan sangat mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Akhirnya, besar harapan penulis semoga ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri dan para pembaca pada umumnya. Amin.

Langsa, 27 Juli 2020

Penulis

NURHAYANI.B

NIM: 4012015020

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pembatasan Masalah	9
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Penjelasan Istilah	11
1.6. Manfaat Penelitian	12
1.7. Sistematika Pembahasan	13
BAB II KAJIAN TEORETIS	15
2.1. <i>Mobile Banking</i>	15
2.1.1. Sejarah <i>Mobile Banking</i>	15
2.1.2. Pengertian Bank Muamalat DIN	15
2.1.3. Fitur <i>Mobile Banking</i> Muamalat DIN.....	16
2.1.4. Limit Transaksi <i>Mobile Banking</i> Muamalat DIN.....	17
2.1.5. Kelebihan <i>Mobile Banking</i> Muamalat.....	17
2.1.6. Biaya Penggunaan Aplikasi <i>Mobile banking</i> Muamalat	18
2.2. Minat Nasabah	18
2.2.1. Pengertian Minat Nasabah	18
2.2.2. Indikator Minat.....	19
2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat	20
2.3. Kemudahan.....	21
2.3.1. Pengertian Kemudahan.....	21

2.3.2. Indikator Kemudahan	21
2.4. Kepercayaan	22
2.4.1. Pengertian Kepercayaan	22
2.4.2. Indikator Kemudahan	23
2.5. Resiko	23
2.3.1. Pengertian Resiko.....	23
2.3.2. Indikator Resiko	24
2.6. Penelitian Terdahulu	25
2.7. Kerangka Teoretis	29
2.8. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	32
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3. Populasi dan Sampel	33
3.3.1. Populasi	33
3.3.2. Sampel	33
3.4. Data Penelitian.....	34
3.4.1. Data Primer	34
3.4.2. Data Sekunder	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	35
3.6. Definisi Operasional Variabel	36
3.7. Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.8. Teknik Analisis Data.....	38
3.8.1. Uji Asumsi Klasik	38
3.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
3.8.3. Uji Hipotesis	41
BAB IV TEMUAN PENELITIAN	44
4.1. Deskripsi Data Penelitian	44
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
4.1.2. Sejarah Singkat Bank Muamalat KCU Langsa.....	48
4.1.3. Visi Dan Misi Bank Muamalat	48
4.1.4. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa	49
4.1.5. Jumlah Tenaga Kerja Bank Muamalat Kantor Cabang UtamaLangsa.....	50
4.2. Gambaran Responden	50
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	51

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	52
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	53
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	54
4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan	54
4.3. Pengujian Instrumen Penelitian	55
4.3.1. Uji Validitas	55
4.3.2. Uji Realibilitas	57
4.4. Teknik Analisis Data	57
4.4.1. Teknik Asumsi Klasik	57
1. Uji Normalitas	57
2. Uji Linearitas	59
3. Uji Multikolinearitas	60
4. Uji Heteroskedastisitas	61
5. Uji Autokorelasi	62
4.5. Analisis Berganda	62
4.5.1. Uji Analisis Berganda	62
4.6. Uji Hipotesis	64
4.6.1. Uji t (Parsial)	64
4.6.2. Uji f (Simultan)	65
4.6.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.7. Pembahasan Hasil Penelitian	67
BAB V PENUTUP	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel.1.1. Perbandingan Total Unduhan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah	5
Tabel.1.2. Persentase Kenaikan atau Penurunan Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>M-Banking</i> Tahun 2019	6
Tabel.1.3. Persentase Kenaikan atau Penurunan Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>M-Banking</i> Tahun 2020	8
Tabel. 2.1. Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel. 3.1. Skor Alternatif Jawaban	35
Tabel. 3.2. Defenisi Operasional Variabel	36
Tabel. 4.1.Tenaga Kerja Bank Muamalat KCU Langsa	50
Tabel. 4.2. Jenis Kelamin Responden.....	51
Tabel. 4.3. Usia Responden.....	52
Tabel. 4.4. Pendidikan Terakhir	52
Tabel. 4.5. Jenis Pekerjaan	53
Tabel. 4.6. Penghasilan Per Bulan	54
Tabel. 4.7. Perangkat yang Digunakan	55
Tabel. 4.8. Uji Validitas	56
Tabel. 4.9. Uji Reliabilitas	57
Tabel. 4.10. Hasil Uji Linearitas.....	59
Tabel. 4.11. Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel. 4.12. Hasil Uji Autokorelasi.....	62
Tabel. 4.13. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	63
Tabel. 4.14. Hasil Uji T.....	64
Tabel. 4.15. Hasil Uji F.....	66
Tabel. 4.16. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik1.1.Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Muamalat Tahun 2019	7
Grafik1.1.Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Bank Muamalat Tahun 2020	8

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar. 2.1. Skema Kerangka Teoritis	30
Gambar. 4.1. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCU Langsa	49
Gambar. 4.2. Uji Normalitas	58
Gambar. 4.3. Grafik Histogram	58
Gambar. 4.4. Hasil Uji Heterokedastisitas	61

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner penelitian.....	79
Lampiran 2 Data Angket.....	83
Lampiran 3 Uji Instrumen.....	92
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	96
Lampiran 5 Uji Hipotesis.....	99

BABI

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini, Indonesia telah mengalami perkembangan ekonomi dan teknologi yang sangat pesat. Teknologi informasi telah menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting. Bahkan sebagai tuntutan yang mendesak bagi setiap orang untuk menyelesaikan suatu permasalahan dengan cepat serta meringankan semua pekerjaan. Seiring dengan situasi seperti ini, perkembangan teknologi informasi terutama peranan komputer mendapatkan perhatian yang sangat serius. Teknologi informasi ini berdampak luar biasa dalam dunia perbankan saat ini.

Salah satu perkembangan teknologi sekarang adalah sektor teknologi informasi. Tidak bisa dibantah lagi, kemajuan teknologi informasi ini ikut menambah tantangan yang dihadapi oleh perbankan. Perkembangan teknologi informasi (TI) menyebabkan makin pesatnya perkembangan jenis dan kompleksitas produk dan jasa bank. Dukungan teknologi informasi bagi industri perbankan merupakan sebuah keharusan. Tak terbayangkan jika saat ini industri perbankan bergerak tanpa dukungan teknologi informasi yang memadai. Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan, produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.

Saat ini bank syariah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Berkembangnya bank syariah tidak luput dari perkembangan teknologi informasi yang telah mengubah strategi bisnis dunia usaha termasuk perbankan syariah dengan menempatkan teknologi informasi sebagai unsur utama dalam proses produksi atau pemberian jasa.¹

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut andil dalam memanfaatkan internet. Selain untuk pemanfaatan informasi, media internet juga berfungsi sebagai alat bantu bagi perbankan dalam menjalankan aktivitas transaksi keuangan. Di Indonesia, internet sudah tidak asing lagi khususnya di dunia perbankan atau lebih dikenal dengan sebutan *e-banking* yaitu teknologi bank dengan menggunakan internet dalam melaksanakan transaksi antara nasabah dengan bank.

Dengan dunia yang semakin modern, keharusan bagi perbankan khususnya perbankan syariah untuk mewujudkan sistem teknologi informasi yang memadai. Bank syariah menawarkan produk dan jasa yang berbeda untuk nasabahnya yaitu produk dan jasa dengan sistem dan prinsip kesyariaahannya. Salah satu diantara lembaga keuangan syariah di Indonesia yang telah menghadirkan aplikasi dan mengimplementasikan *e-banking* tersebut khususnya *mobile banking*.

Perkembangan pengenalan *mobile banking* yang merupakan bagian dari *electronic commerce* sebagai layanan informasi perbankan melalui *wireless* paling baru yang ditawarkan pihak bank dengan menggunakan teknologi yang terdapat pada *smartphone* untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan

¹ Muhammad Firdaus, *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*, (Jakarta: Renaisan, 2005), h. 18

perbankan. Melalui *mobile banking* pihak perbankan berusaha memberikan layanan yang cepat, mudah, nyaman, dapat diakses dimana saja dan kapan saja. Dengan adanya layanan *mobile banking*, memeriksa saldo rekening, memonitor jangka waktu deposito, mengecek status kartu kredit serta pembayaran kartu kredit, pembayaran rekening listrik, telepon dan transaksi lainnya akan lebih mudah dilakukan.

Namun demikian, berdasarkan data PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM), diperkirakan pertumbuhan pelanggan kartu SIM (*Subscribers Identification Module*) mencapai 30-40 persen pertahun dan pada akhir 2019 lalu diperkirakan jumlah pendapata mencapai 179 juta pelanggan, namun jumlah nasabah yang mengadopsi layanan *mobile banking* hanya sekitar sepertiga dari jumlah pelanggan ponsel. Kualitas teknis sistem teknologi informasi sudah meningkat, masih saja banyak yang mengalami kegagalan dalam penerapannya. Fenomena ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya karena nasabah sudah merasa nyaman dengan layanan yang sudah ada.²

Sistem informasi ini juga telah ditawarkan oleh Bank syariah dalam bentuk aplikasi *mobile banking* agar kegiatan transaksi menjadi lebih mudah, bermanfaat, dan keuntungan lainnya yang dapat diperoleh penggunaanya. Berbicara mengenai *mobile banking* tentunya tidak lepas dari ketidakstabilan sistem baik dari segi keamanan yang sewaktu-waktu bisa *error* sehingga mengakibatkan kehilangan data-data penting apalagi data yang terkait dengan transaksi keuangan. Hal inilah

² www.Sharingvision.com

beberapa faktor pertimbangan nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan *mobile banking* tersebut.

Produk aplikasi *e-banking* ini belum banyak diketahui masyarakat dalam bentuk fitur apa-apa saja aplikasi *e-banking* ini hadir, hal ini dikarenakan kurangnya sosialisasi dari bank syariah itu sendiri maupun masyarakat itu sendiri. Saat ini masyarakat masih belum tahu keunggulan dan kemudahan dari penggunaan *e-banking*, masyarakat lebih mempercayai ATM sebagai alternatif transaksi perbankan, padahal selain itu masih ada aplikasi-aplikasi canggih lain yang mampu memenuhi kebutuhan transaksi nasabah, khususnya *mobile banking*. Kehadiran sistem alternatif ini sering tidak mendapat perhatian penuh dari para nasabah pada umumnya, hal ini disebabkan oleh adanya keraguan dan kesan negatif di benak nasabah dari penggunaan sistem tersebut seperti resiko yang mungkin timbul, kurang aman dan lain sebagainya.

Selain persepsi tersebut, faktanya masyarakat juga lebih suka mendatangi langsung ke bank melakukan transaksi berhadapan dengan *teller*. Kondisi ini sudah lumrah kita saksikan pada bank-bank tertentu, nasabah lebih suka berbondong-bondong ke bank dan *face to face* dengan *teller*.

OJK mengambil langkah untuk menertibkan *digital branch* perbankan yang semakin maju. OJK menerbitkan Panduan Penyelenggaraan layanan Perbankan *Digital branch* oleh Bank Umum melalui surat No. 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum. Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan, secara data dan pengguna *e-banking* cukup meyakinkan. Di mana jumlah pengguna *e-banking* (SMS banking, *phone banking*,

mobile banking, dan *internet banking*) meningkat 270%, dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna *e-banking* meningkat 169%, dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi pada 2016.³

Berikut ini adalah tabel tentang perbandingan jumlah unduhan dari beberapa aplikasi *mobile banking* yang tersedia di aplikasi *Play Store*:

Tabel 1.1
Perbandingan Total Unduhan Aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah

Bank	Total unduhan
Muamalat DIN	100 rb +
BRI Syariah Online	500 rb +
BNI Mobile Syariah	5 jt +
Mandiri Syariah Mobile BSM	1 jt +

Sumber: Data yang diolah, 2020

Berdasarkan data yang penulis kumpulkan dari aplikasi *Play Store* pada tabel diatas menunjukkan perbandingan total unduhan *mobile banking* syariah, dimana Bank Muamalat DIN memiliki total unduhan paling sedikit yaitu 100 rb +.

Data tersebut menjelaskan bahwa pengguna *mobile banking* Bank BNI Mobile Syariah cukup banyak dan bersaing dengan bank syariah yang lain, sehingga hal tersebut bisa dijadikan dasar bagi penulis untuk melakukan penelitian agar mengetahui apa yang menyebabkan nasabah Bank Muamalat menggunakan *mobile banking* sehingga total unduhannya mencapai 100.000+.

Data diatas juga menunjukkan bahwasannya pengguna *mobile banking* pada bank syariah di Indonesia cukup tinggi, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa

³ www.Ojk.go.id diakses pada tanggal 07 bulan Juli 2020 pada jam 9.24

aplikasi *mobile banking* berkontribusi terhadap bank syariah, karena dengan adanya *mobile banking* pada bank syariah maka hal tersebut dapat memperkuat bank syariah dan mampu bersaing dengan bank-bank konvensional di Indonesia.

Adapun jumlah nasabah Bank Muamalat yang menggunakan aplikasi *m-banking* ini dari tahun 2019 hingga pertengahan tahun 2020 sebanyak 416 orang. Pengguna aplikasi *m-banking* ini setiap triwulannya terus bertambah, namun terjadi kenaikan dan penurunan, seperti yang dapat dilihat pada kedua tabel 1.2, 1.3 dan grafik 1.1, 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Persentase Kenaikan atau Penurunan Jumlah Nasabah
Pengguna Aplikasi *M-Banking* Tahun 2019

Triwulan	Jumlah Nasabah <i>E-Banking</i>
I	40
II	56
III	48
IV	139
Total	283

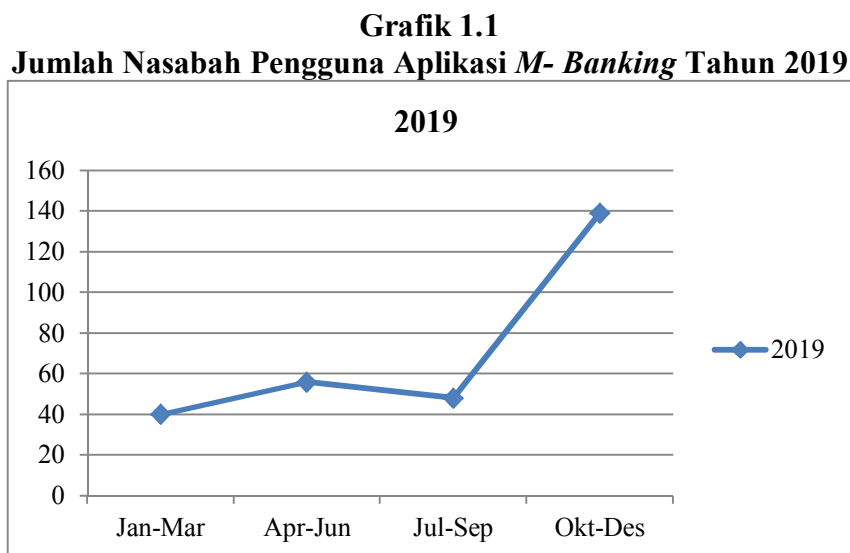
Sumber: Data Dari Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

Dari tabel 1.2 di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna aplikasi *m-banking* pada PT Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa tahun 2019 pada triwulan I jumlah nasabah *m-banking* sebanyak 40 orang, pada triwulan II terjadi kenaikan jumlah nasabah *m-banking* sebanyak 16 orang dari jumlah nasabah pada triwulan I, pada triwulan III terjadi penurunan jumlah nasabah *m-banking* sebanyak 8 orang dari jumlah nasabah pada triwulan II, dan pada triwulan IV terdapat kenaikan yang lebih signifikan sebanyak 91 orang dari jumlah nasabah pada triwulan III. Jadi total jumlah nasabah pengguna *m-banking*

bank Muamalat KCU Langsa semuanya adalah 283 nasabah *m-banking* tahun 2019. Persentase pertambahan jumlah nasabah per triwulannya dapat dihitung menggunakan rumus:

$$\frac{\text{Jumlah akhir} - \text{Jumlah awal}}{\text{Jumlah awal}} \times 100\%$$

Untuk lebih jelasnya mengenai kenaikan jumlah nasabah pengguna *m-banking* dapat dilihat pada grafik 1.1 berikut ini:



Sumber: Data PT Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

Berdasarkan grafik di atas maka dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna aplikasi *m-banking* pada PT Bank Muamalat KCU Langsa tahun 2019, mulai bulan Januari sampai Maret sebanyak 40 orang, berdasarkan grafik pertambahan ini tidak begitu signifikan sama halnya dengan bulan April sampai Juni sebanyak 56 orang. Kemudian pada bulan Juli sampai September pertambahannya menurun hingga 48 orang, sedangkan Oktober sampai dengan Desember berubah drastis dari triwulan sebelumnya naik hingga 136 orang.

Sementara pertambahan jumlah nasabah pengguna aplikasi *m-banking* pada tahun 2019 dapat dilihat pada tabel 1.2 dan grafik 1.1. dibawah ini.

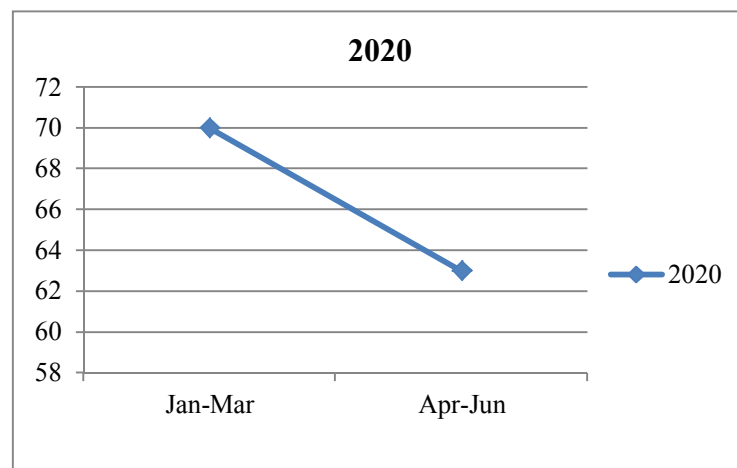
Tabel 1.3
Persentase Kenaikan atau Penurunan Jumlah Nasabah
Pengguna Aplikasi *M-Banking* Tahun 2020

Triwulan	Jumlah Nasabah <i>M-Banking</i>
I	70
II	63
Total	133

Sumber: Data Dari Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa persentase pertambahan jumlah nasabah pada triwulan I bulan Januari sampai Maret jumlah nasabah yang menggunakan *m-banking* yaitu 70 orang. Pada triwulan II terjadi penurunan minat calon nasabah untuk menggunakan aplikasi *m-banking* yaitu sebanyak 7 orang dari triwulan sebelumnya, untuk lebih jelasnya pergerakan pertambahan nasabah yang menurun dapat dilihat pada grafik 1.2 dibawah ini:

Grafik 1.2
Jumlah Nasabah Pengguna Aplikasi *M- Banking* Tahun 2020



Sumber: Data PT Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

Pada tahun 2020 jumlah nasabah bulan Januari sampai dengan Maret bertambah 70 orang dari tahun 2019, hal ini terjadi penurunan dari akhir tahun 2019 atau triwulan sebelumnya, bulan April sampai Juni bertambah 63 orang juga lebih kecil dari triwulan sebelumnya. jadi, jumlah nasabah dalam periode tersebut yaitu 283 orang pada tahun 2019 dan ditambah 133 orang pada tahun 2020, jadi totalnya yaitu 416 nasabah. Tabel di atas dapat disimpulkan pertambahan jumlah nasabah tahun 2019 dan pertengahan tahun 2020 tidak stabil kenaikannya.

Hal ini diakibatkan oleh berbagai persepsi nasabah diantaranya persepsi yang berkaitan dengan kemudahan, kepercayaan, beresiko atau tidak dan lain sebagainya. Dari jumlah nasabah *e-banking* di atas, dalam penelitian ini diasumsikan sebagai nasabah *mobile banking* PT Bank Muamalat KCU Langsa. Bank tentunya ingin mengetahui bagaimana pengaruh faktor-faktor minat nasabah dalam penggunaan *e-banking* terutama *mobile banking* agar bank mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan profitabilitas bank tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa”**.

1.2. Pembatasan Masalah

Dari permasalahan yang telah dijabarkan diatas, terlihat bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *mobile banking* di bank muamalat KCU langsa yaitu faktor kemudahan (x_1), kepercayaan

(x_2) dan risiko (x_3) yang merupakan masalah utama yang memengaruhi minat nasabah menggunakan *Mobile Banking* (y).

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibahas diatas, maka dapat dirumuskan pokok masalah yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, antara lain:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa?
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa?
3. Bagaimana pengaruh risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa?
4. Bagaimana pengaruh kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa?

1.4. Penjelasan Istilah

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami judul skripsi ini, maka penulis memaparkan penjelasan tentang istilah yang digunakan dalam Skripsi ini, yaitu:

1. Minat. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan.⁴ Minat

⁴ Kamus Besar Bahasa Indonesia

adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas. Seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.⁵ Menurut Iskandar wasid dan Dadang Sunendar, minat adalah perpaduan antara keinginan dan kemauan yang dapat berkembang.⁶ Minat merupakan salah satu faktor yang cukup penting dalam mempengaruhi preferensi nasabah dalam menabung. Terdapat batasan minat yakni, pertama, suatu sikap yang dapat mengikat perhatian seorang ke arah objek tertentu secara selektif. Kedua, suatu perasaan bahwa aktivitas dan kegemaran terhadap objek tertentu sangat berharga bagi individu. Ketiga, sebagai bagian dari motivasi atau kesiapan yang membawa tingkah laku ke suatu arah atau tujuan tertentu.

2. *Mobile Banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. Muamalat DIN adalah aplikasi layanan *mobile banking* Bank Muamalat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh penggunanya baik Nasabah ataupun non Nasabah.
3. Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa yang merupakan pembukaan dari Bank Muamalat Indonesia yang beralamat di Jl. Sudirman No.75 A, Kel. Jati, Kec. Medan, Maimun, Medan, Sumatra Utara Tlp. (061) 4579343. Dikatakan kantor cabang utama Langsa dikarenakan bank tersebut memiliki unit cabang pembantu yang tunduk kepada bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa yaitu Bank Muamalat Cabang Pembantu Lhokseumawe.

⁵ Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h. 132

⁶ Iskandarwasid & Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, Cet Ke 3, (Bandung: Rosda, 2011), h. 113

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank Muamalat KCU Langsa.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau bermanfaat bagi para pembaca yang ingin mengetahui lebih dalam tentang layanan *Mobile Banking* dan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

2. Bagi Penulis

Melatih ketajaman analisis dan meningkatkan ilmu pengetahuan, serta sebagai salah satu syarat memenuhi tugas akhir.

3. Bagi Lembaga (Bank)

Penelitian ini diharapkan untuk dapat menjadi informasi untuk menyusun kebijakan dalam meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan layanan *Mobile Banking* yang diterapkan pihak bank, khususnya PT. Bank Muamalat KCU Langsa.

1.7 Sistematika Pembahasan

Supaya skripsi ditulis terarah dan sistematis, penulisan skripsi ini dibagi ke dalam beberapa bab dan sub bab. Sebagian besar sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan yang berisikan beberapa sub bab diantaranya: latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, penjelasan istilah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian teoretis yang berisikan teori-teori yang berhubungan dengan pokok pembahasan dan menjadi dasar acuan teori yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari tinjauan pustaka, penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini, kerangka teori serta hipotesis.

Bab III Metode penelitian bab ini memaparkan tentang lokasi dan waktu penelitian, Populasi dan sampel, Data penelitian, Teknik pengumpulan data, Definisi operasional serta teknik analisis data.

Bab IV Temuan penelitian bab ini terdiri dari deskripsi data penelitian, uji persyaratan analisis, uji hipotesis, interpretasi dan pembahasan hasil penelitian dan analisis penulis.

Bab V Penutup bab ini berisikan kesimpulan dan saran atas hasil pembahasan analisa data penelitian, yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

BAB II

KAJIAN TEORETIS

2.1. *Mobile Banking*

2.1.1. Sejarah *Mobile Banking*

Mobile Banking pertama kali diluncurkan pada akhir tahun 1995 oleh Excelcom. Peluncuran tersebut mendapat respon yang beragam dari masyarakat. Kemunculan *mobile banking* ini dilatarbelakangi oleh keinginan bank-bank untuk mendapatkan kepercayaan penuh dari para nasabahnya. Salah satunya caranya adalah memanfaatkan teknologi.⁷

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan penggunaan *smartphone* di Indonesia membuat perbankan di Indonesia berlomba-lomba memberikan layanan aplikasi *mobile*. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk meluncurkan layanan fasilitas *mobile banking* pada tanggal 25 februari 2016. Pada tanggal 14 November 2019 Bank Muamalat resmi meluncurkan aplikasi *mobile banking* baru yang diberi nama Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*). Dibandingkan versi *mobile banking* sebelumnya, Muamalat DIN diperkaya dengan penambahan fitur yang berguna untuk memantau rekening nasabah.

2.1.2. Pengertian Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*)

Mobile Banking Bank Muamalat DIN adalah aplikasi layanan *mobile banking* bank muamalat yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh seluruh penggunanya baik nasabah ataupun non nasabah.⁸

⁷ [www. Sejarah Mobile Banking Di Dunia. Web.id](#)

⁸ [Www. Bank Muamalat.co.id](#)

2.1.3. Fitur Mobile Banking Muamalat DIN

Adapun fitur *Mobile Banking* Muamalat DIN adalah sebagai berikut:⁹

1. Transfer antar Muamalat, antar bank lain, SKN dan RTGS.
2. Pembayaran dan *top up* :
 - a) PLN (pascabayar, token dan nontagihan)
 - b) Telkom (Telkom Pay dan Internet Telkom)
 - c) Ponsel pascabayar (Halo, Indosat Ooredoo, XL Xplor, Tri Prostpaid, SmartFren)
 - d) Pulsa ponsel(Telkomsel, XL, Indosat, Tri, SmartFren)
 - e) Paket Data (XL MDS, Telkomsel* dan Indosat*)
 - f) Uang Elektronik (OVO dan Gopay)
 - g) TV Berlangganan (MNC Vision[Indovision/Top TV/Okevision], TransVision, Topas TV)
 - h) Tiket (Garuda Air Line)
 - i) Zakat (BMM, Baznas, Rumah Zakat dan Dompot Dhuafa)
 - j) Virtual Account
 - k) DPLK Syariah Muamalat

Paket data masih dalam pengembangan

3. Pembukaan Rekening Online :
 - a) Tabungan
 - b) Deposito

⁹ Ibid.,

2.1.4. Limit Transaksi *Mobile Banking* Muamalat

Adapun limit transaksi *Mobile Banking* Muamalat, yaitu: ¹⁰

Type Transaksi	Limit per hari	Limit per transaksi	Minimum limit /Transaksi
Transfer Antar Muamalat	50.000.000	50.000.000	10.000
Transfer Antar Bank Lain	25.000.000	10.000.000	10.000
SKN	100.000.000	100.000.000	10.000
RTGS	200.000.00	200.000.000	100.000.001
Isi Ulang Pulsa	2.000.000	Sesuai dengan type Denominasi dari masing-masing provider	Sesuai dengan type Denominasi dari masing-masing provider

2.1.4. Kelebihan *Mobile Banking* Muamalat

Adapun kelebihan *Mobile Banking* Bank Muamalat adalah sebagai berikut:¹¹

1. Transaksi perbankan bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui ponsel pintar.
2. Registrasi dapat langsung dilakukan melalui aplikasi Muamalat Mobile, ATM Bank Muamalat atau *Customer Service*.
3. Aman, karena menggunakan *user ID*, *Password* dan *Transaction Identification Number* (TIN) serta adanya limit transaksi.
4. Tersedia fitur 'Favorit' untuk mencatat data transaksi.
5. Transaksi transfer dapat dilakukan berulang (*recurring*) secara harian, mingguan & bulanan.
6. Bukti transaksi bisa langsung dibagikan ke media sosial dan aplikasi *chat messenger*.

¹⁰ Ibid.,

¹¹ Ibid.,

2.1.5. Biaya Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* Muamalat

Adapun biaya penggunaan aplikasi *Mobile Banking* muamalat, sebagai berikut:¹²

1. Tidak ada biaya administrasi bulanan.
2. Biaya penggunaan layanan data (4G/3G/GPRS) sesuai operator telekomunikasi yang digunakan.
3. Pada transaksi tertentu, ada biaya transaksi yang dikenakan, misal transfer antar bank, pembelian pulsa Telkomsel atau pembayaran Telkom.

2.2. Minat Nasabah

2.2.1. Pengertian Minat Nasabah

Minat dalam kamus besar bahasa Indonesia diartikan sebagai sebuah kecenderungan hati yang tinggi terhadap suatu gairah atau keinginan. Minat perilaku (*behavioral intention*) adalah keinginan (minat) seseorang untuk melakukan sesuatu perilaku tertentu. Minat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu diprediksi oleh sikapnya terhadap perilakunya dan bagaimana dia berpikir orang lain akan menilainya jika dia melakukan perilaku tersebut. Definisi lain, juga menjelaskan bahwa minat adalah aspek kejiwaan dan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu.¹³ Minat adalah “suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai dengan keinginan untuk

¹² Ibid.,

¹³ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), h. 116

mengetahui dan mempelajari maupun membutuhkan lebih lanjut”.¹⁴Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh.¹⁵

Jadi minat yaitu suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dengan kata lain ada suatu usaha (untuk mendekati, mengetahui, menguasai dan berhubungan) dari subyek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya tarik dari objek.

2.2.2. Indikator Minat

Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.

Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:¹⁶

1. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.
2. Minat Referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

¹⁴ Ramayulis, *Metodologi Pengajaran Agama Islam*, (Jakarta: Kalam Mulis, 2001). h. 84

¹⁵ Slameto, *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 18

¹⁶ Mohamad Irfan Bagastia, “*Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*”, (Skripsi, FEBI IAIN Salatiga, 2018), h.35

3. Minat Preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada suatu produk.
4. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

2.2.3. Faktor yang Mempengaruhi Timbulnya Minat

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat, yaitu:¹⁷

1. Perbedaan pekerjaan artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat memperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukan, penggunaan waktu senggangnya, dan lain-lain.
2. Perbedaan sosial ekonomi artinya seseorang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi/kegemaran artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin artinya minat wanita dengan pria akan berbeda, misalnya pada pola berbelanja.
5. Perbedaan usia, artinya setiap usia memiliki minat yang berbeda terhadap suatu barang atau aktivitas lainnya.

¹⁷ Malayu Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 205

2.3. Kemudahan

2.3.1. Pengertian Kemudahan

Menurut Jogiyanto, kemudahan yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simple dan mudah pengoprasiannya. Sedangkan menurut Iqbaria dalam Amijaya kemudahan ini akan berdampak pada perilaku, yaitu semakin tinggi persepsi seseorang tentang kemudahan menggunakan teknologi, maka semakin tinggi pula tingkat pemanfaatan teknologi tersebut.¹⁸

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan terhadap suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakaiannya untuk bisa menggunakannya. Konsep kemudahan memberikan pengertian bahwa apabila suatu teknologi mudah digunakan, maka pengguna akan cenderung untuk menggunakan teknologi tersebut.

2.3.2. Indikator Kemudahan

Indikator yang digunakan variabel kemudahan adalah sebagai berikut:¹⁹

1. Teknologi informasi (TI) sangat mudah dipelajari
2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.

¹⁸ Jogiyanto, *Sistem Teknologi Keperilakuan*, , h.14

¹⁹ Sauca Ananda Pranidana, "*Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik BCA*" (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2009), h. 18

3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi.
4. Teknologi Informasi sangat mudah untuk dioperasikan

2.4. Kepercayaan

2.4.1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah anggapan atau keyakinan bahwa sesuatu yang dipercayai itu benar, harapan dan keyakinan akan kejujuran, kebaikan, dan sebagainya.²⁰ Kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul, dari persepsi yang berulang, dan adanya pembelajaran dan pengalaman. Kepercayaan merupakan pemikiran deskriptif yang dianut seseorang tentang suatu hal.²¹

Menurut Mowen dan Minor kepercayaan konsumen adalah pengetahuan konsumen mengenai suatu objek, atributnya dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut maka pengetahuan konsumen sangat terkait dengan sikap karena pengetahuan konsumen adalah kepercayaan. Kepercayaan konsumen atau pengetahuan konsumen menyangkut kepercayaan bahwa suatu produk memiliki berbagai atribut dan manfaat dari atribut tersebut. Kepercayaan konsumen terhadap suatu produk, atribut dan manfaat produk menggambarkan persepsi konsumen.²²

²⁰ Meyti Qadratillah, dkk, *Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk Pelajar*, (Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2011), h. 403

²¹ Sumarti, *Manajemen Pemasaran 2*, (Yogyakarta: UST Press Yogya, 2011), h. 167

²² Ujang Sumarwan, *Prilaku Konsumen teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Edisi Kedua, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), h.166

Jadi kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayainya akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.

2.4.2. Indikator Kepercayaan

Terdapat beberapa indikator dalam variabel kepercayaan yaitu: ²³

1. Memberi informasi apa adanya.
2. Kompensasi kerugian dalam bertransaksi
3. Jaminan keamanan dalam bertransaksi.
4. Jaminan kerahasiaan dalam bertransaksi

2.5. Risiko

2.5.1. Pengertian Risiko

Risiko adalah suatu keadaan *uncertainly* yang dipertimbangkan oleh orang yang memutuskan atau tidaknya melakukan transaksi secara online. Seseorang benar-benar mempertimbangkan jarak dan suasana *impersonal* dalam melakukan transaksi online dan infrastruktur global yang banyak mengandung unsur risiko. Risiko didefinisikan sebagai perkiraan subyektif konsumen untuk menderita kerugian dalam menerima hasil yang diinginkan. ²⁴

Risiko dalam konteks perbankan menurut Adiwarmanto A. Karim merupakan suatu kejadian potensial, baik yang dapat diperkirakan (*anticipated*) maupun yang

²³ Mohamad Irfan Bagastia,, h.22

²⁴ Muhammad Nur Rianto Al Arif, *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*, (Jakarta: Pustaka Setia, 2018), h.156

tidak dapat diperkirakan (*unanticipated*) yang berdampak negatif terhadap pendapatan dan permodalan bank.²⁵

Definisi risiko yang tepat dilihat dari sudut pandang bank adalah, *exposure* terhadap ketidakpastian pendapatan. Bank Indonesia (PBI No.11/25/PBI/2009) mendefinisikan risiko sebagai “potensi terjadinya peristiwa (*event*) yang dapat menimbulkan kerugian bank”. Sehingga, risiko bank dapat didefinisikan sebagai kombinasi dari tingkat kemungkinan terjadinya sebuah peristiwa beserta konsekuensinya terhadap bank, dimana setiap kegiatan mengandung kemungkinan itu dan memiliki konsekuensi untuk mendatangkan keuntungan atau kerugian atau mengancam sebuah kesuksesan.²⁶

Jadi risiko adalah sesuatu kemungkinan yang terjadinya penyimpangan dan harapan yang dapat menimbulkan kerugian.

2.5.2. Indikator Risiko

Menurut Pavlou indikator yang digunakan untuk variable risiko sebagai berikut:²⁷

1. Kemungkinan terjadinya risiko pencurian data. Nasabah beranggapan bahwa produk layanan m-banking yang digunakan mudah dicuri, baik data maupun uangnya secara langsung.

²⁵ Adiwarmarman Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h.16

²⁶ Peraturan BI nomor 11/25/PBI/2009 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum

²⁷ Dian Lusya Nofitasari, “*Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Surakarta*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017), h. 21

2. Kemungkinan terjadinya risiko penipuan. Nasabah beranggapan bahwa m-banking rawan adanya penipuan, baik penipuan data nasabah maupun penipuan jumlah transaksi.
3. Kemungkinan terjadinya risiko biaya tinggi. Nasabah beranggapan bahwa m-banking itu dalam penggunaan yang membutuhkan biaya yang tinggi.

2.6. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, penulis merangkum beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi yaitu pada tabel 2.1. sebagai berikut:

Tabel.2.1. Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun	Judul	Metode	Hasil
1.	Ikbar Wibiabdila, 2016	Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Kuantitatif	Seluruh variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> .
2.	Dara Saputri, 2017	Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang	Kuantitatif	Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dimensi kemudahan pengguna, daya guna dan kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> , dan dimensi kenyamanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Pengguna <i>Mobile Banking</i> .
3.	Mohamad Irfan Bagastia,	Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan	Kuantitatif	1. Variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat nasabah.

	2018	Risiko Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)		<ol style="list-style-type: none"> 2. Variabel kenyamanan tidak berpengaruh atau negatif terhadap minat nasabah. 3. Variabel risiko berpengaruh positif terhadap minat nasabah. 4. Variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat nasabah. 5. Variabel kemudahan tidak berpengaruh atau negatif terhadap kepercayaan. 6. Variabel kenyamanan tidak berpengaruh atau negatif terhadap kepercayaan. 7. Variabel risiko berpengaruh positif terhadap kepercayaan.
4.	Dian Lusia Nofitasari, 2017	Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Di Surakarta: Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	Kuantitatif	Variabel Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko berpengaruh dan signifikansi terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i>
5.	Akhmad Fakhrurozi, 2018	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta	Kuantitatif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variabel kegunaan tidak berpengaruh atau negatif terhadap minat menggunakan 2. Variabel kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan. 3. Variabel risiko tidak berpengaruh atau negatif terhadap minat menggunakan. 4. Variabel kepercayaan tidak berpengaruh atau negatif terhadap minat menggunakan.

1. Dalam penelitian Penelitian yang dilakukan oleh Ikbar Wibiabdila, dengan judul “Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*”. Tujuan dalam penelitian ini untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* dengan modifikasi model *technology acceptance model* (TAM). Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Metode pengambilan sampel dengan cara metode *accidental*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh variabel independen yaitu kegunaan, kemudahan, resiko, dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*. Persamaannya dengan penelitian ini adalah variabel terikat (dependen) yang digunakan adalah minat nasabah dan variabel bebasnya (independen) yaitu kemudahan dan risiko. Perbedaannya yaitu pada penelitian ini tidak terdapat variabel dependen kegunaan dan kualitas layanan melainkan kepercayaan.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dara Saputri Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2017. “Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Pada PT Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang” dalam Skripsi. Metode Penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *nonprobability* sampling yaitu tehnik *accidental samplingmethod/sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu

dengan peneliti. Persamaannya adalah pada variabel terikat (dependen) yaitu minat nasabah, sedangkan perbedaannya pada variabel independen penelitian ini tidak terdapat variabel daya guna dan kenyamanan dan pada penelitian ini variabel kemudahan dan kepercayaan berpengaruh positif sedangkan pada penelitian Dara Saputri tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan pada dimensi kemudahan pengguna, daya guna dan kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna *Mobile Banking*, dan pada dimensi kenyamanan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Nasabah Pengguna *Mobile Banking*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamad Irfan Bagastia, “Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)”. Persamaannya dengan penelitian ini adalah pada variabel independennya sama-sama menggunakan variabel kemudahan, risiko dan kepercayaan yang sama-sama berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Sedangkan perbedaannya yaitu pada penelitian ini tidak terdapat variabel independen kenyamanan. Dan pada penelitian terdahulu ini terdapat dua variabel dependen yaitu kepercayaan dan minat.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Lusia Nofitasari, “Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Di Surakarta: Studi Pada Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam”. Variabel bebas yang

digunakan yaitu variabel manfaat, kemudahan penggunaan dan risiko dan variabel terikatnya yaitu variabel penggunaan *mobile banking*. Persamaannya dengan penelitian ini adalah variabel bebas yang digunakan adalah risiko, namun peneliti menambahkan variabel kemudahan dan kepercayaan pada penelitian ini, sehingga penelitian ini lebih lengkap dibandingkan penelitian sebelumnya. Perbedaannya adalah pada variabel bebas atau independen penelitian ini adalah minat nasabah sedangkan penelitian sebelumnya penggunaan *Mobile Banking*.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Akhmad Fakhrurozi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta”, variabel bebas yang digunakan yaitu kegunaan, kemudahan, risiko, dan kepercayaan sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko. Persamaannya yaitu pada variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko. Perbedaannya yaitu pada variabel terikat penelitian ini menggunakan variabel minat nasabah sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel minat menggunakan.

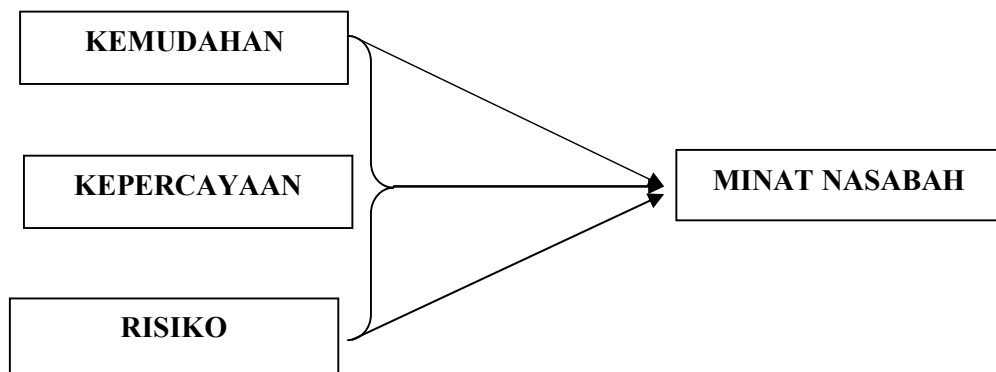
2.7. Kerangka Teoretis

Kerangka teoritis digunakan untuk penelitian yang berfungsi untuk menyamakan persepsi terhadap variabel-variabel yang berhubungan untuk penelitian ini, dengan kata lain kerangka teoritis bertujuan untuk mendefinisikan

dan merumuskan istilah-istilah agar tercapai suatu persamaan persepsi tanpa menimbulkan kesalahan-kesalahan yang dapat menghambat penelitian ini.

Penelitian ini akan mengukur pengaruh kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. Paradigma penelitian seperti pada gambar berikut

Gambar 2.1.
Skema Kerangka Teoritis



2.8. Hipotesis

Berdasarkan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai, hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀₁: Kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

H_a₁: Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

H₀₂: Kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

- Ha₂: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
- H0₃: Risiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
- Ha₃: Risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
- H0₄: Kemudahan, kepercayaan dan risiko secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.
- Ha₄: Kemudahan, kepercayaan dan risiko secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *Mobile Banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

4.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian termasuk dalam katagori kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan data berbentuk angka yang dapat dihitung, yang diperoleh dari perhitungan kuisisioner yang akan dilakukan berhubungan dengan masalah yang dibahas.²⁸

Pendekatan penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian lapangan (*field research*). Setelah diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat, kemudian dijabarkan pengaruhnya dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian.²⁹

4.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana penelitian tersebut akan dilakukan. Sebelum penelitian dilakukan biasanya peneliti melakukan survei awal. Hal ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang ada di lokasi tersebut, sehingga peneliti dapat memahami kondisi objek penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Bank Muamalaat Kantor Cabang Utama Langsa terletak di Jl. Ahmad Yani No 1-2, Langsa-Aceh Tlp. (0641) 426584. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada Januari sampai dengan juni 2020.

²⁸ Murti Sumarni dan Salamah Wahyuni, *Metodelogi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 47

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 66

4.3. Populasi Dan Sampel

4.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁰ Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh nasabah Bank Muamalat KCU Langsa yang berjumlah sebanyak 416 orang yang menggunakan fasilitas *mobile banking*.

4.3.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan sampel *purposive sampling* atau *judgmental sampling*. *Purposive sampling* bagian dari *non probability sampling*. Teknik ini dikenakan pada individu yang berdasarkan pertimbangan tertentu. Kriteria sampel yang diambil adalah nasabah *mobile banking* Bank Muamalat KCU Langsa yang sedang menggunakan atau pernah menggunakan.³¹

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus quota sampling. Quota sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan cara menetapkan jumlah target yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel

³⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 115

³¹ *Ibid.*, h. 122

dari populasi (tidak terhingga atau tidak jelas).³² Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang menggunakan fasilitas *mobile banking* di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa.

4.4. Data Penelitian

4.4.1. Data Primer

Data primer adalah data dan mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada.³³

Data primer dalam penelitian ini adalah data dari angket yaitu berupa hasil jawaban responden atas sebaran angket yang diajukan kepada nasabah yang menggunakan fasilitas *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Langsa.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari penelitian-penelitian sebelumnya, *web* resmi, buku, jurnal-jurnal, data-data atau berkas-berkas yang terkait dengan penelitian.³⁴

4.5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan beberapa metode yaitu:

³² Nursalam, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Salemba Medika, 2013), hlm.176.

³³ Azuar Juliandi dan Irfan, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 66

³⁴Ibid.,h. 66

1. *Interview* (wawancara): wawancara adalah sebuah interaksi secara langsung antara peneliti dengan responden.³⁵ Dalam penelitian ini wawancara termasuk dalam wawancara langsung yang dilakukan dengan jalan berdialog dengan *Costumer service* pada Bank Muamalat KCU Langsa. Hasil wawancara akan digunakan sebagai bahan pelengkap bagi analisa hasil penelitian.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (nasabah) untuk dijawabnya.³⁶ Kuesioner ini merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Daftar pertanyaan tersebut diarahkan kepada nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa, oleh karena data yang diperoleh masih berupa pertanyaan dalam bentuk kuesioner, maka untuk mengolah data tersebut melalui perhitungan statistik harus dilakukan pentranformasian dalam bentuk data dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package For Social Science*). Adapun skala yang dipakai adalah skala likert dengan alternatif jawaban sebagai berikut:³⁷

Tabel. 3.1
Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor untuk Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3

³⁵ Kelinger, *Asas-asas Penelitian Behavioral* (Yogyakarta, Gadjah Mada University Press, 1993), h. 66.

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 137.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 132-133

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

4.6. Defenisi Operasional Variabel

Tabel. 3.2.
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kemudahan	Suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi (TI) dapat dengan mudah dipahami	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teknologi informasi (TI) sangat mudah dipelajari 2. Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna. 3. Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi. 4. Teknologi Informasi sangat mudah untuk dioperasikan 	Skala Likert
Kepercayaan	Keyakinan yang dipegang oleh para pengguna terhadap karakteristik bank dan kemungkinan sikap pengguna dimasa yang akan datang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberi informasi apa adanya. 2. Kompensasi kerugian dalam bertransaksi 3. Jaminan keamanan dalam bertransaksi. 4. Jaminan kerahasiaan dalam bertransaksi 	Skala Likert
Risiko	Ketidakpastian dan Konsekuensi-konsekuensi yang tidak diinginkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risiko pencurian data 2. Risiko penipuan. 3. Risiko biaya tinggi 	Skala Likert

	dalam melakukan suatu kegiatan tertentu		
Minat	Minat yaitu kecenderungan ketertarikan pada sesuatu yang relatif tetap.	1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif	Skala Likert

4.7. Pengujian Instrumen Penelitian

Sebelum dilakukan analisis data, terlebih dahulu akan dilakukan uji instrumen yang digunakan sebagai alat ukur. Uji ini meliputi uji validitas dan reliabilitas. Setelah uji instrumen kemudian baru dilakukan teknik analisis data.

1. Uji Validitas

Validitas kuesioner adalah kemampuan pertanyaan dalam mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Dalam hal ini digunakan rumus korelasi *Pearson Product-Moment*.³⁸ Yaitu dengan membandingkan hasil koefisiensi korelasi r_{hitung} dengan nilai kritis r_{table} .

Berdasar taraf signifikan 5% dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS *for windows release*. Suatu pengujian dikatakan valid atau shahih apabila:³⁹

- 1) Jika r_{hitung} positif, setara $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel valid.
- 2) Jika r_{hitung} negatif, setara $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tidak valid.

³⁸ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*..... hlm. 182.

³⁹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* (Jakarta: PT. Elex Media Computindo, 2000), h. 277.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha.⁴⁰

Untuk mengetahui hasil uji reliabilitas, maka dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai alpha (α) dengan nilai standart alpha. Jika nilai alpha (α) lebih besar dari 0,60, maka hasilnya adalah reliabel.

4.8. Teknik Analisis Data

4.8.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas.

Pengujian Normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel independen dan dependennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya data berdistribusi secara normal. Model regresi yang baik adalah model yang berdistribusi normal dan setidaknya mendekati normal. Grafik normal P-P Plot digunakan untuk mendeteksi normalitas yang membandingkan distribusi normal. Uji normalitas dengan grafik P-P Plot akan membentuk satu garis lurus diagonal. Kemudian *plotting* data akan

⁴⁰Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang, Badan Penerbit UNDIP, 2005), h. 48.

dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi normal garis yang menggambarkan data sesungguhnya. Akan mengikuti garis diagonal.⁴¹

2. Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dalam hal ini pengujian linearitas dilakukan dengan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang diterapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikansi. Jika koefisien signifikansi lebih besar dari *alpha* yang ditentukan, yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen. Cara yang digunakan untuk menilainya adalah dengan melihat nilai faktor inflasi varian (*Variance Inflasi Factor / VIF*) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Uji multikolinearitas yang terjadi jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Jika nilai *VIF* tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinearitas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinearitas).⁴²

⁴¹ Singgih Santoso, *Buku Latihan SPSS...*, hlm.277.

⁴² Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, (Semarang: Badan penerbit UNDIP, 2005),

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas. Jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas angka nol (0) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁴³

5. Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode ke t dengan kesalahan pada periode $t - 1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mengidentifikasinya adalah dengan melihat nilai Durbin Watson (D-W).⁴⁴

1. Jika nilai D–W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Jika nilai D–W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika nilai D–W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

⁴³Ibid.,h. 171

⁴⁴Ibid.,h. 173

4.8.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis linear berganda adalah sebuah teknik yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dari satu atau dua variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel dependden dapat diprediksi melalui variabel indepeden atau prediktor, secara parsial maupun simultan. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut:⁴⁵ Persamaan regresi yang digunakan yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X1 + b_2X2 + b_3X3 + e$$

Keterangan:

- a. Y = Minat Nasabah
- b. α = Konstanta
- c. b_1, b_2, b_3 = Koefisien Korelasi Ganda
- d. X1 = Kemudahan
- e. X2 = Kepercayaan
- f. X3 = Risiko
- g. e (epsilon) = Tingkat Kesalahan penduga dalam penelitian

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan

⁴⁵ Imam Ghozali,, h. 81-110

variasi variabel dependen. Pengambilan kesimpulannya adalah dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai α (5%) = 0,05.

Dengan ketentuan sebagai berikut:⁴⁶

- a. Ditolak H_0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.< α 0,05).
- b. Diterima H_0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.> α 0,05).

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:⁴⁷

- a. Ditolak H_0 jika nilai probabilitas < taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.< α 0,05).
- b. Diterima H_0 jika nilai probabilitas > taraf signifikan sebesar 0,05 (Sig.> α 0,05).

3. Koefisien Determinan (R-Square)

Nilai R-Square adalah untuk melihat bagaimanakah variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi variabel bebas. Setiap tambahan satu

⁴⁶ Azuar Juliandi & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk ilmu-ilmu bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013), h. 176

⁴⁷ Ibid., h. 175

variabel maka *R-Square* meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

4.1. Deskripsi Data Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 SYAWWAL 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.⁴⁸

Pada 27 Oktober 1994, Bank Muamalat mendapat kepercayaan dari Bank Indonesia sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Akan tetapi, beberapa tahun kemudian Indonesia dan beberapa Negara di Asia Tenggara pernah mengalami krisis moneter yang berdampak terhadap perbankan nasional yang menimbulkan beberapa persoalan seperti kredit macet pada segmen korporasi. Bank Muamalat pun akhirnya menerima imbasnya. Tahun 1998, angka *non performing financing* (NPF) Bank Muamalat sempat mencapai 60%. Perusahaan mencatat dan

⁴⁸ Andri Soemitra, *Bank & Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: Kencana, 2012), h. 45

memperoleh kerugian sebesar Rp 105.000.000.000, serta mencapai titik ekuitas terendah hingga Rp 39.300.000.000, atau kurang dari sepertiga modal awal

Kondisi tersebut membawa Bank Muamalat menuju era baru pada keikutsertaannya dengan *Islamic Development Bank* (IDB) yang berkedudukan di Jeddah, Arab Saudi sebagai salah satu pemegang saham luar negeri yang resmi diputuskan melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) pada 21 Juni 1999.

Dalam jangka waktu 1999-2002, Bank Muamalat terus melakukan upaya dan sukses untuk membalikkan keadaan dan kondisi operasional dari rugi menjadi laba. Hasil tersebut tidak terlepas dari upaya dan dedikasi segenap karyawan dengan dukungan kepemimpinan yang kuat, strategi usaha yang tepat, serta kepatuhan terhadap pelaksanaan perbankan secara murni.

Pada tahun 2003, Bank Muamalat melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak 5 (Lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi ini semakin menunjukkan posisi Bank Muamalat di peta industri perbankan di Indonesia.

Pada tahun 2004, Bank Muamalat menghasilkan produk baru yaitu *Share-E*. produk ini berkembang baik dan mengembangkan inovasinya yaitu *Gold Debit Visa*. Melalui produk baru ini, Bank Muamalat memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *cash management* di tahun 2011.

Seiring berjalannya waktu, Bank Muamalat melebarkan sayapnya dengan membuka cabang kantor baru di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya bank yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, Bank Muamalat memiliki 325 kantor layanan. Operasional Bank juga didukung oleh beberapa fasilitas melalui jaringan yang luas seperti 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima., serta lebih dari 11.000 ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS).

Pada tahun 2012 dan menginjak usianya yang ke-20, Bank Muamalat Indonesia melakukan *rebranding* pada logo Bank untuk semakin meningkatkan kualitas terhadap *image* sebagai Bank Syariah dengan menerapkan slogannya yaitu Islami, Modern, dan Profesional. Hingga saat ini, Bank mampu beroperasi bersama dengan beberapa entitas dalam memberikan layanan terbaik yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan dan Baitul Maal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS).

Pada tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia berkembang untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih kesuksesan dalam jangka panjang. Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi mejadi “*The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence*”.

Pada tanggal 14 November 2019 Bank Muamalat resmi meluncurkan aplikasi *mobile banking* baru yang diberi nama Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*). Acara berlangsung di Muamalat Tower, Jakarta dan dihadiri seluruh jajaran Direksi Bank Muamalat. Acara dibuka oleh Achmad K. Permana (Direktur Utama Bank Muamalat) dan dilanjutkan dengan demo penggunaan Muamalat DIN oleh Purnomo B. Soetadi (Direktur Retail Banking). Dibandingkan versi *mobile banking* sebelumnya, Muamalat DIN diperkaya dengan penambahan fitur yang berguna untuk memantau rekening nasabah. Rekening yang akan ditampilkan pada Muamalat DIN adalah seluruh rekening yang dimiliki oleh nasabah yang disebut dengan *single portfolio view*. Nasabah juga dapat melakukan pembukaan rekening baru secara *online* melalui aplikasi Muamalat DIN. Isi ulang uang elektronik Go-Pay dan OVO bisa lewat Muamalat DIN juga. Dari segi keamanan dipastikan lebih terjamin berkat adanya teknologi *biometric login* dan *auto read OTP*. Teknologi biometrik memudahkan pengguna untuk login menggunakan sidik jari (*finger print*) dan pengenalan wajah (*face ID*). Fitur face ID tersedia untuk iPhone seri X ke atas. Muamalat DIN bisa di unduh melalui Google Play Store untuk pengguna sistem operasi Android dan AppStore untuk pengguna sistem operasi iOS. Muamalat DIN juga bisa digunakan oleh non nasabah Bank Muamalat karena terdapat fitur konten Islami seperti kalkulator zakat, jadwal salat dan arah kiblat. *User ID* dan nomor *International Mobile Equipment Identity* (IMEI) *smartphone* nasabah juga tercatat di bank sehingga lebih aman dari praktik kloning ponsel. Selain itu terdapat beragam fitur menarik

lainnya seperti *QR Code*, dan *push notification* sehingga Nasabah mendapatkan kemudahan aksesibilitas produk serta layanan.⁴⁹

4.1.2. Sejarah Singkat Bank Muamalat KCU Langsa

Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa didirikan pada bulan Oktober 2006. Kota Langsa merupakan salah satu kota yang strategis untuk tempat pembukaan cabang baru mengingat sebagian besar penduduknya adalah umat muslim. Selain itu, kota langsa juga memiliki tingkat perputaran dana pada pihak ketiga yang relatif tinggi didukung dengan kegiatan perekonomian yang mengalami perkembangan dari tahun-tahun.

Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa terletak di Jl. Ahmad Yani No 1-2, Langsa-Aceh Tlp. (0641) 426584. Lokasi ini merupakan Kantor Cabang Utama yang merupakan pembukaan dari Bank Muamalat Indonesia yang beralamat di Jl. Sudirman No.75 A, Kel. Jati, Kec. Medan, Maimun, Medan, Sumatra Utara Tlp. (061) 4579343.

4.1.3. Visi dan Misi Bank Muamalat

a. Visi Bank Muamalat

“Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 bank terbesar di Indonesia di Tahun 2025 dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”.

b. Misi Bank Muamalat

“Membangun Lembaga Keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan

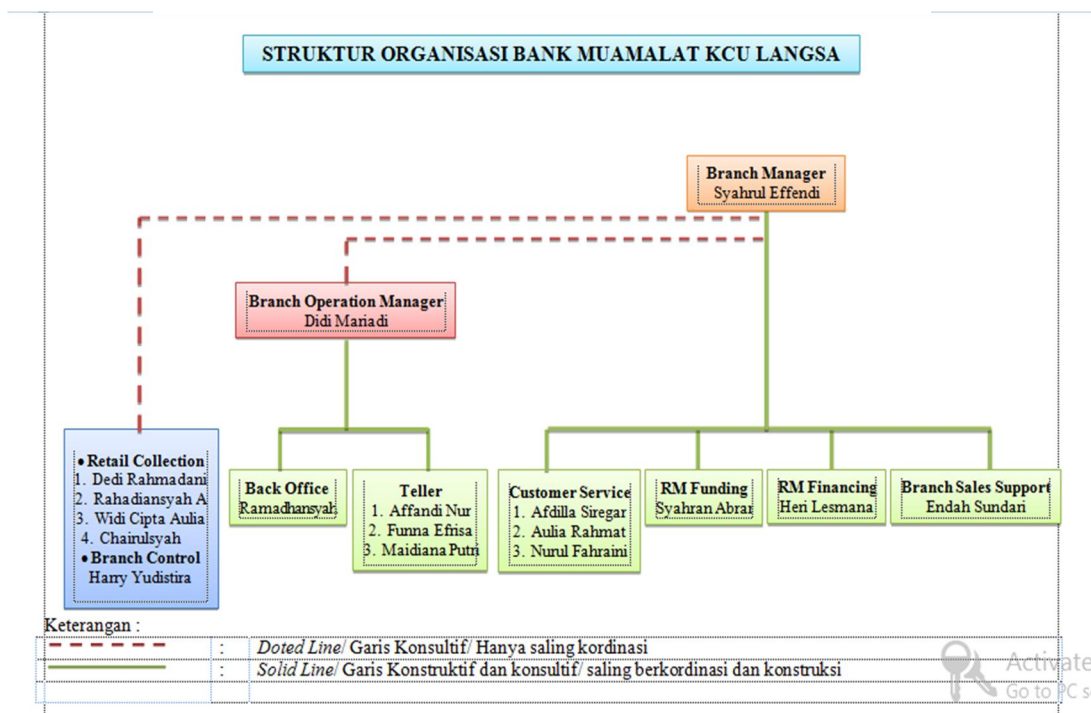
⁴⁹www.BankMuamalat.co.id

berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.”

4.1.4. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCU Langsa

Dibawah ini adalah Gambar 4.1. struktur organisasi pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Langsa, sebagai berikut:

Gambar 4.1.
Struktur Organisasi Bank Muamalat KCU Langsa



Sumber : Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

4.1.5. Jumlah Tenaga Kerja Bank Muamalat KCU Langsa

Jumlah karyawan pada Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kota Langsa ditunjukkan pada Tabel. 4.1. sebagai berikut:

Tabel 4.1.
Tenaga Kerja Bank Muamalat KCU Langsa

No	Nama	Jabatan	Nik
1.	Syahrul Effendi	Branch Manager (BM)	20160550
2.	Didi Mariadi	Branch Operasional Manager (BOM)	20040001
3.	Endah Sundari	Branch Sales Support (BSS)	20180280
4.	Syahrhan Abrar	Senior Relitionship Manager Funding (SRM Funding)	20140004
5.	Heri Lesmana	Relationship Manager Financing (RM Financing)	20170735
6.	Chairulsyah	Branch Recovery	20100173
7.	Rahadiansyah A	Remedial Retail	20100174
8.	Widi Cipta Aulia	Branch Collection	20090117
9.	Dedi Rahmadani	Remedial Retail	20090232
10.	Harry Yudistira	Branch Internal Control (BIC)	20100659
11.	Ramadhansyah	Back Office (BO)	20110582
12.	Afandi Nur	Teller	20110461
13.	Funna Efrisa	Teller	20180219
14.	Maidiana Putri	Teller	20170394
15.	Aulia Rahmat	Customer Service (CS)	20131617
16.	Nurul Fahraini	Customer Service (CS)	20170908
17.	Afdilla Siregar	Customer Service (CS)	20131273

Sumber : Bank Muamalat KCU Langsa Tahun 2020

4.2. Gambaran Responden

Sebelum menyajikan hasil hipotesis dan pembahasan, maka terlebih dahulu akan dipaparkan karakteristik responden dengan maksud untuk memberikan gambaran keadaan data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner penelitian. Sampel diambil melalui penyebaran secara langsung kepada nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank Muamalat KCU Langsa berjumlah 40 responden. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan ada 6 karakteristik responden yang akan dipaparkan sebagai berikut:

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Hasil penelitian kepada nasabah yang menggunakan *mobile banking* Bank Muamalat KCU Langsa yang menjadi responden, maka diperoleh gambaran bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin responden ditunjukkan pada tabel 4.2. sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	60	60%
Perempuan	40	40%
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.2. diatas dijelaskan bahwa jenis kelamin responden pada penelitian ini sebanyak 60 orang responden atau 60% adalah laki-laki dan 40 orang atau 40% adalah perempuan.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Setelah dilakukan tabulasi data terhadap keseluruhan responden, diperoleh gambaran responden berdasarkan usia seperti pada tabel 4.3. sebagai berikut:

Tabel 4.3
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
17 - 25 tahun	15	15%
26 - 34 tahun	45	45%
> 34 tahun	40	40%
Total	100	100 %

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 17- 25 tahun yaitu sebanyak 15 orang (15%), yang berusia 26 - 34 tahun berjumlah 45 orang (45%) dan sedangkan sisanya yang berusia > 34 tahun berjumlah 40 orang (40%). Dengan demikian mayoritas responden berdasarkan usia dalam penelitian ini adalah responden pada usia 26 - 34 tahun yang berjumlah 45 orang (45%).

4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Informasi mengenai karakteristik responden mengenai pendidikan terakhir yaitu pada tabel 4.4, sebagai berikut:

Tabel. 4.4.
Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
SD	2	2%
SMP	8	8%
SMA	40	40%
D1/D2/D3	20	20%
S1/S2/S3	30	30%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dijelaskan bahwa dari 100 responden, 2 orang (2%) adalah responden dengan pendidikan SD, 8 orang (8%) adalah responden dengan pendidikan SMP, 40 orang (40%) adalah responden pendidikan SMA, 20 orang (20%) adalah responden dengan pendidikan terakhir Diploma 1/2/3, dan 30 orang (30%) adalah responden dengan pendidikan S1/S2/S3. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian

ini adalah responden dengan pendidikan SMA sebanyak 40 orang (40%).

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Informasi mengenai karakteristik responden mengenai jenis pekerjaan yaitu pada tabel 4.5, sebagai berikut:

Tabel. 4.5.
Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Karyawan	25	25%
PNS	30	30%
Wirausaha	15	15%
Pelajar/Mahasiswa	10	10%
Lainnya	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dijelaskan bahwa dari 100 responden, 25 orang (25%) adalah responden dengan pekerjaan karyawan, 30 orang (30%) adalah responden bekerja sebagai PNS, 15 orang (15%) adalah responden dengan pekerjaan wirausaha, 10 orang (10%) adalah yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, dan 20 orang (20%) adalah responden dengan pekerjaan lainnya. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan pekerjaan PNS sebanyak 30 orang (40%).

4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Informasi mengenai karakteristik responden mengenai Penghasilan per bulan yaitu pada tabel 4.6, sebagai berikut:

Tabel. 4.6.
Penghasilan per bulan

Penghasilan per bulan	Frekuensi	Persentase (%)
<Rp 1 Jt	36	36%
Rp 1 Jt – 3 Jt	40	40%
Rp 4 Jt- 6 Jt	14	14%
Rp 7 Jt – 9 Jt	10	10%
>Rp 9 Jt	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dijelaskan bahwa dari 100 responden, 36 orang (36%) adalah responden dengan penghasilan per bulan <Rp 1 Jt, 40 orang (40%) adalah responden dengan penghasilan per bulan Rp 1 Jt – 3 Jt, 14 orang (14%) adalah responden dengan dengan penghasilan per bulan Rp 4 Jt- 6 Jt , dan 10 orang (10%) adalah responden dengan penghasilan per bulan Rp 7 Jt–9 Jt. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan penghasilan per bulan Rp 1 Jt–3 Jt sebanyak 40 orang (40%).

4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Yang Digunakan

Informasi mengenai karakteristik responden mengenai Perangkat yang digunakan yaitu pada tabel 4.7, sebagai berikut:

Tabel. 4.7.
Perangkat yang digunakan

Perangkat yang digunakan	Frekuensi	Persentase (%)
Handphone	75	75%
Komputer	0	0%
Laptop	5	5%

Tab	20	20%
Lainnya	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data Primer diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dijelaskan bahwa dari 100 responden, 75 orang (75%) adalah responden dengan perangkat yang digunakan adalah handphone, 5 orang (5%) adalah responden dengan perangkat yang digunakan adalah laptop, dan 20 orang (20%) adalah responden dengan perangkat yang digunakan adalah tab. Dengan demikian mayoritas responden dalam penelitian ini adalah responden dengan perangkat yang digunakan adalah handphone sebanyak 75 orang (75%)

4.3. Pengujian Instrumen Penelitian

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan SPSS Versi 17,00 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika koefisien korelasir hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Dengan menggunakan N = 100 didapatkan r tabel = 0,195. Dari hasil uji validitas diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8.
Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Kemudahan (X1)			
X1.1	0,545	0,195	Valid
X1.2	0,419	0,195	Valid
X1.3	0,477	0,195	Valid
X1.4	0,501	0,195	Valid
Kepercayaan (X2)			
X2.1	0,472	0,195	Valid
X2.2	0,416	0,195	Valid
X2.3	0,488	0,195	Valid
X2.4	0,557	0,195	Valid
Risiko (X3)			
X3.1	0,546	0,195	Valid
X3.2	0,542	0,195	Valid
X3.3	0,505	0,195	Valid
Minat Nasabah (Y)			
Y1	0,394	0,195	Valid
Y2	0,510	0,195	Valid
Y3	0,536	0,195	Valid
Y4	0,483	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Dari hasil perhitungan korelasi keseluruhannya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel ($r \text{ tabel} = 0,195$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen baik dari variabel kemudahan, kepercayaan, risiko dan minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* Bank Muamalat KCU Langsa layak sebagai instrument untuk mengukur penelitian. Artinya semua pertanyaan dan pernyataan yang dicantumkan dalam kuesioner dinyatakan valid.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS

memberikan fasilitas untuk mengukur reliabel dengan uji statistik Cronbach Alpha diatas 0,60, sehingga instrument tersebut dapat dikatakan reliabel atau handal.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Cronbach's Alpha of Item Deleted	Standar Alpha	Keterangan
Kemudahan (X1)	0,602	0,60	Reliabel
Kepercayaan (X2)	0,603	0,60	Reliabel
Risiko (X3)	0,605	0,60	Reliabel
Minat Nasabah (Y)	0,601	0,60	Reliabel

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.9. diatas, hasil uji reliabel dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2), risiko (X3), dan Minat Nasabah (Y) memiliki nilai $> 0,60$, sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.4. Teknik Analisis Data

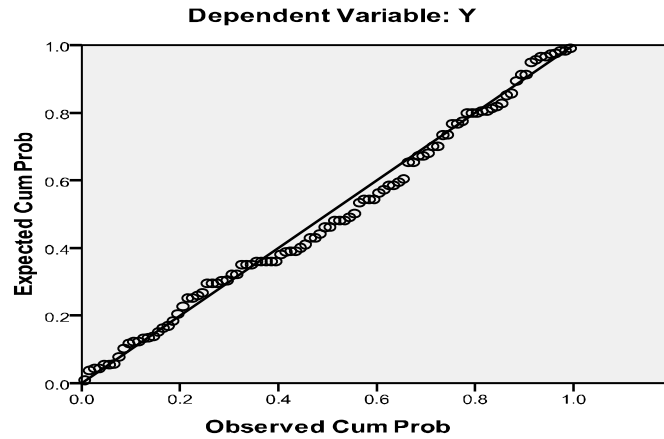
4.4.1. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, kedua variabel (bebas dan terikat) mempunyai distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 4.2.
Uji Normalitas

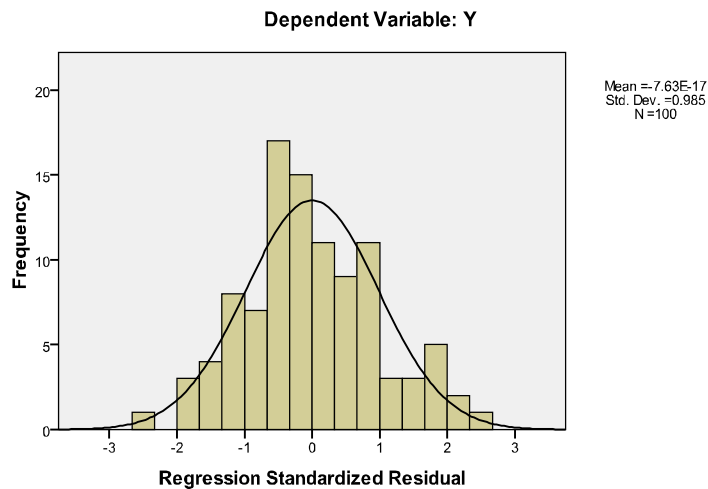
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Memperhatikan tampilan grafik normal *probability plot* di atas, terlihat bahwa grafik normal *probability plot* terlihat titik-titik yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya, garis ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Selain menggunakan grafik P-Plot, dianalisis pula grafik histogram sebagai berikut:

Gambar 4.3
Grafik Histogram



Dari grafik histogram di atas dapat dilihat membentuk lonceng dan tidak condong ke kanan atau ke kiri sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas garis regresi merupakan suatu pembuktian apakah model garislinear yang diterapkan benar-benar sesuai dengan keadaannya atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan atau analisis tabel ANOVA. Kriteria yang ditetapkan untuk menentukan kelinearitasan garis regresi adalah nilai koefisien signifikan.⁵⁰ Jika koefisien signifikan lebih besar dari alpha yang ditentukan yaitu 5%, maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear. Hasil uji linearitas dalam model penelitian ini yaitu pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *	Between (Combined) Groups	55.749	58	.961	.724	.872
Unstandardized Predicted Value	Linearity	.000	1	.000	.000	1.000
	Deviation from Linearity	55.749	57	.978	.737	.858
	Within Groups	54.400	41	1.327		
	Total	110.149	99			

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

⁵⁰ Sugiono, Metodologi Penelitian Bisnis,(Bandung: Alfabeta, 2001), h. 10

Dari tabel di atas diketahui bahwa hasil uji linearitas menunjukkan nilai koefisien signifikansi (0,858) artinya lebih besar dari alpha yang ditentukan yaitu 0,05. Ini berarti bahwa garis regresi berbentuk linear.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF <10, maka data bebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4.11
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.814	1.228
X2	.844	1.185
X3	.957	1.045

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

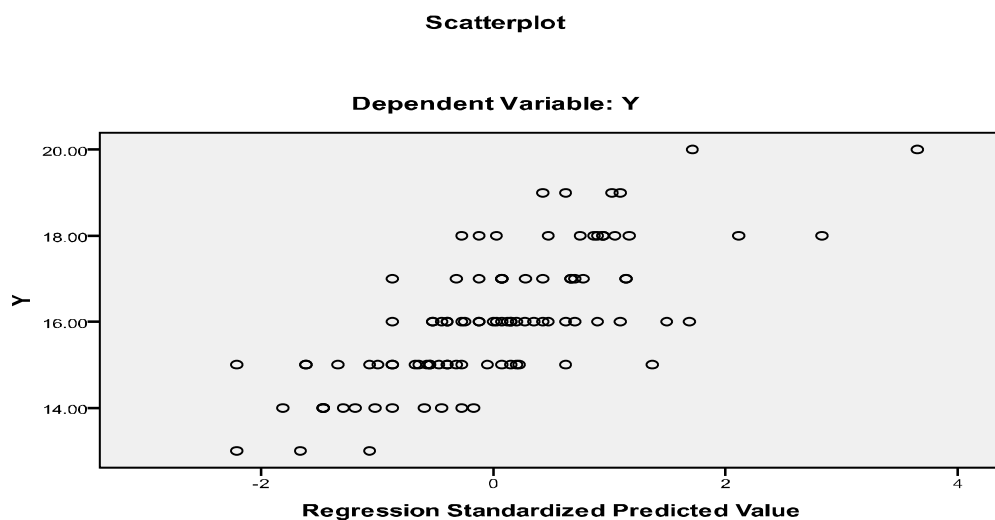
Melihat hasil pada tabel di atas, hasil perhitungan nilai *Tolerance* tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dengan nilai *Tolerance* variabel kemudahan 0,814, kepercayaan 0,844 dan risiko sebesar 0,957. Sementara itu hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak adanya nilai VIF dari variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dengan nilai VIF variabel kemudahan sebesar 1,228, variabel kepercayaan sebesar

1,185 dan risiko sebesar 1,045. Merujuk hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁵¹ Pengujian ada atau tidak adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji grafik *scatter plot* sebagai berikut.

Gambar 4.4.
Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik tersebut menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

⁵¹ Gunawan Sumodiningrat, *Ekonometrika Pengantar*, (Yogyakarta: BPFE, 2002), h. 261

5. Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi linear ada atau tidak korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson. Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4.12
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.727 ^a	.529	.514	1.07116	1.462

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Dari tabel di atas diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 1,462 dan nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikan 5%. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan bahwa nilai DW antara -2 sampai +2, berarti tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dengan model regresi ini.

4.5. Uji Analisis Regresi Berganda

Suatu model persamaan regresi berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel dependen dengan satu variabel independen. Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh antara variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko

terhadap minat nasabah adalah $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Dari hasil analisis data diperoleh perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.047	1.603		.030	.977
	X1	.307	.082	.291	3.754	.000
	X2	.527	.079	.508	6.660	.000
	X3	.667	.148	.322	4.506	.000

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Berdasarkan tabel di atas, persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,047 + 0,30,7 X_1 + 0,52,7 X_2 + 0,66,7 X_3$$

Dari persamaan analisis regresi berganda diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta persamaan diatas adalah sebesar 0,047 atau 4,7%. Angka tersebut menunjukkan bahwa minat nasabah (variabel terikat) apabila variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko (semua variabel bebas) bernilai nol.
2. Variabel kemudahan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,307. Nilai koefisien positif. Hal ini menggambarkan bahwa jika terjadi kenaikan tingkat variabel kemudahan sebesar 1 satuan, maka variabel kemudahan akan mengalami peningkatan sebesar 0,307 satuan atau 30,7%.

3. Variabel kepercayaan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,527. Nilai koefisien positif. Hal ini menggambarkan bahwa jika terjadi kenaikan tingkat variabel kepercayaan sebesar 1 satuan, maka variabel kepercayaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,527 satuan atau 52,7%.
4. Variabel risiko memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,667. Nilai koefisien positif. Hal ini menggambarkan bahwa jika terjadi kenaikan tingkat variabel risiko sebesar 1 satuan, maka variabel risiko akan mengalami peningkatan sebesar 0,667 satuan atau 66,7%.

4.6. Uji Hipotesis

4.6.1. Uji t (Parsial)

Uji Statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi t dengan α sebesar 0,05. Hasil uji t yaitu sebagai berikut.

Tabel 4.14

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.047	1.603		.030	.977
X1	.307	.082	.291	3.754	.000
X2	.527	.079	.508	6.660	.000
X3	.667	.148	.322	4.506	.000

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

1. Pengaruh kemudahan terhadap minat nasabah

Variabel kemudahan memiliki nilai t sebesar 3.754 (positif) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan terhadap minat nasabah. Maka H_1 diterima.

2. Pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah

Variabel kepercayaan memiliki nilai t 6.660 (positif) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap minat nasabah. Maka H_2 diterima.

3. Pengaruh Risiko terhadap minat nasabah

Variabel kepercayaan memiliki nilai t 4.506 (positif) dengan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Signifikan t lebih kecil dari α (0,05). Berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara risiko terhadap minat nasabah. Maka H_3 diterima.

4.6.2. Uji f (Simultan)

Uji F digunakan untuk menghitung apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependennya. Untuk mengetahui nilai uji F dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.811	3	41.270	35.969	.000 ^a
	Residual	110.149	96	1.147		
	Total	233.960	99			

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Berdasarkan data dari tabel di atas, terlihat bahwa nilai Probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti ada pengaruh secara simultan pada variabel kemudahan, kepercayaan, dan risiko terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* Bank Muamalat KCU Langsa.

4.6.3. Uji Model R^2

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk mengukur sebesar besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.514	1.07116

Sumber: data primer diolah SPSS, tahun 2020

Berdasarkan data dari tabel diatas diketahui bahwa besar *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,514 atau 51,4%. Jadi dapat dsimpulkan bahwa korelasi variabel independen dengan variabel dependen adalah kuat.

Sedangkan koefisien determinan (*Adjusted R Square*) atau kemampuan variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko dalam menjelaskan dan memprediksi variabel minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* Bank Muamalat KCU Langsa sebesar 0,514 atau 51,4%. Hal ini berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 51,4%.

4.7. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kemudahan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan *Mobile Banking* Bank Muamalat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat sebesar 0,307. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05). Nilai signifikansi t lebih kecil dari α menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* adalah H_1 diterima, artinya apabila nasabah merasa menggunakan *mobile banking* itu mudah, maka akan mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ikbar yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.⁵² Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lusia yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh

⁵² Ikbar Widiabdila, "*Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Risiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking*", (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2016), h. 66

signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* dinyatakan diterima. Semakin tinggi kemudahan penggunaan maka semakin tinggi pula penggunaan *mobile banking* oleh nasabah.⁵³ Namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Saputri terkait pengaruh kemudahan pengguna terhadap minat nasabah pengguna *mobile banking*.⁵⁴ Menurutnya hal ini disebabkan karena kemajuan zaman yang semakin pesat dan masyarakat sekarang sudah melihat teknologi, jadi tidak menyulitkan untuk mempelajari teknologi. Nasabah sudah terbiasa dengan teknologi yang semakin canggih, dan tidak lagi merasa kesulitan untuk mempelajari *mobile banking*.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan *Mobile Banking* Bank Muamalat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat sebesar 0,527. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05). Nilai signifikansi t lebih kecil dari α menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* adalah h_2 diterima, artinya apabila nasabah merasa percaya bahwa data-data pribadi dan transaksi mereka terjaga dengan aman yang mengakibatkan meningkatnya nilai kepercayaan dan membuat

⁵³ Dian Lusita Nofitasari “Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Di Surakarta” (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta, 2017), h. 68

⁵⁴ Dara Saputri, “Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Pada PT.Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang”, (Skripsi: FEBI, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2017), h. 134

nasabah berminat untuk menggunakan *mobile banking*, sehingga semakin banyak nasabah yang mempercayai layanan pada bank maka semakin optimal profit yang diterima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Irfan yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*.⁵⁵ Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputri Menurutnya hal ini disebabkan karena sebagian nasabah merasa tidak percaya terhadap bank atas produk yang ditawarkan oleh bank tersebut.⁵⁶

3. Pengaruh Risiko terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan *Mobile Banking* Bank Muamalat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* bank muamalat sebesar 0,667 (positif). Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05). Nilai signifikansi t lebih kecil dari α menunjukkan bahwa risiko berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* adalah H_3 diterima, artinya tingginya tingkat risiko tidak menurunkan tingkat minat nasabah menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ikbar bahwa risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile*

⁵⁵ Mohamad Irfan Bagastia “ *Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BRI Syariah Semarang)”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Salatiga, 2018), h.91

⁵⁶ Dara Saputri, *Pengaruh Kemudahan,....*,h.138

banking.⁵⁷ Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fakhrurozi yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini menjelaskan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat risiko yang di terima oleh nasabah pada *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, demikian juga sebaliknya.⁵⁸

4. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Risiko terhadap Minat Nasabah untuk Menggunakan *Mobile Banking* Bank Muamalat

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai α (0,05). Nilai signifikansi F lebih kecil dari α menunjukkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan risiko berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*. Dengan demikian dinyatakan hipotesis yang diajukan diterima (terbukti).

Hasil uji *adjusted R2* pada penelitian ini diperoleh nilai *adjusted R2* sebesar 0,514 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel kemudahan, kepercayaan dan risiko terhadap minat nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking* adalah sebesar 51,4%, sedangkan sisanya sebesar 48,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

⁵⁷ Ikbar Widiabdila, “*Pengaruh Kegunaan, ..., h.66*

⁵⁸ Akhmad Fakhrurozi “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018), h.10

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat nasabah untuk menggunakan fasilitas *mobile banking* Bank Syariah (studi kasus pada PT Bank Muamalat Kantor Utama Langsa). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Maka hipotesis diterima. Dengan demikian semakin meningkatnya kemudahan maka minat nasabah juga akan meningkat.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Maka hipotesis diterima. Dengan demikian semakin meningkatnya kepercayaan maka minat nasabah juga akan meningkat.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah. Maka hipotesis diterima. Dengan demikian semakin meningkatnya risiko maka minat nasabah juga akan meningkat.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat yang menyatakan bahwa kemudahan, kepercayaan dan risiko secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif

dan signifikan terhadap minat nasabah. Maka hipotesis diterima. Dengan demikian semakin meningkatnya kemudahan, kepercayaan dan risiko maka minat nasabah juga akan meningkat.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti mengemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah khususnya Bank Muamalat terus memberikan inovasi-inovasi produk yang terbaik dari sistem informasi yang ada khususnya *mobile banking*. Penciptaan inovasi harus dibarengi dengan yang pertama cara akses yang mudah karena dalam penelitian ini yang paling mendorong minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* disebabkan dari mudahnya penggunaan, yang kedua meningkat kepercayaan nasabah yang terus dikembangkan dan dipertahankan, dan yang ketiga adalah risiko yang harus diminimalisir.
2. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas faktor-faktor pendukung lainnya yang dapat mempengaruhi minat nasabah menggunakan fasilitas *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

1. Buku-Buku

- Firdaus, Muhammad. 2005. *Konsep dan Implementasi Bank Syariah*. Jakarta: Renaisan
- Djamarah, Syaiful Bahri. 2008. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta,
- Iskandarwasid & Dadang Sunendar. 2011. *Strategi Pembelajaran Bahasa*. Cet Ketiga.
Bandung: Rosda
- Sumarti. 2011. *Manajemen Pemasaran 2*. Yogyakarta: UST Press Yogyakarta
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-faktor yang Mempengaruhinya*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Suharyat, Yayat. 2009. *Hubungan Antara Sikap, Minat dan Perilaku Manusia*. UNISMA
Bekasi
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Prilaku Konsumen teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*,
Edisi Kedua. Bogor: Ghalia Indonesia
- Karim, Adiwarmanto. 2004. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: PT Raja
Grafindo Persada
- Peraturan BI nomor 11/25/PBI/2009 tentang Penerapan Manajemen Risiko bagi Bank Umum
- Sumarni, Murti dan Salamah Wahyuni. 2005. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta:
Andi,
- Umar, Husein. 2003. *Metodelogi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia
Pustaka Utama
- Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metodelogi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka
Media Perintis
- Kelinger. 1993. *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta, Gadjah Mada University Press

- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Santoso, Singgih. 2000. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT. Elex Media Computindo
- Hasibuan, Malayu. 2008. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang, Badan Penerbit UNDIP
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sujarweni, Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Teknologi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi
- Azuar Juliandi & Irfan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk ilmu-ilmu bisnis*, (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2013
- Sumodiningrat, Gunawan. 2002. *Ekonometrika Pengantar*. Yogyakarta: BPFE Al Arif,
- Muhammad Nur Rianto. 2018. *Manajemen Risiko Perbankan Syariah*. Jakarta: Pustaka Setia
- Ramayulis. 2001. *Metodologi Pengajaran Agama Islam*. Jakarta: Kalam Mulis
- Qadratillah, Meyti dkk., 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia untuk Pelajar*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung :Alfabeta
- _____. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

2. Skripsi dan Jurnal

- Purwati, Nisa Ayu. 2018. “ *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi terhadap Minat Nasabah dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah*”. Skripsi, FEBI UIN Ar-Raniry
- Al Fian, Junai. 2016. “*Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya*”, Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Vol. 5, No. 6.
- Nofitasari, Dian Lusia. 2017. “*Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Surakarta*”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta
- Pranidana, Saucana Ananda. 2009 “*Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi minat nasabah Bank BCA untuk Menggunakan Klik BCA*”. Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Bagastia, Mohamad Irfan. 2018. “*Pengaruh Kemudahan, Kenyamanan, Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening*”. Skripsi, FEBI IAIN Salatiga
- Widiabdila, Ikbar. 2016. “*Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking*”. Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Saputri, Dara. 2017. “*Pengaruh Kemudahan, Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan terhadap Minat Nasabah Pengguna Mobile Banking Pada PT.Bank BRI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang*”. Skripsi: FEBI, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Fakhrurozi, Akhmad. 2018. "*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*". Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Muhammadiyah Surakarta

3. Website dan Kamus

www.Sharingvision.com diakses pada tanggal 07 bulan Juli 2020 pada jam 9.24

www.Ojk.go.id diakses pada tanggal 07 bulan Juli 2020 pada jam 9.24

[www. Bank Muamalat.co.id](http://www.Bank Muamalat.co.id)

Kamus Besar Bahasa Indonesia