

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING DALAM TRANSAKSI
E-COMMERCE**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

ARI APRYANSYAH

NIM. 21 401 00046

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING DALAM TRANSAKSI
*E-COMMERCE***



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

ARI APRYANSYAH

NIM. 21 401 00046

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE
BANKING DALAM TRANSAKSI
*E-COMMERCE***



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

**Oleh
ARI APRYANSYAH
NIM. 21 401 00046**

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Muhammad Wandisyah R. Hutagalung'.

**Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M. E
NIP. 199302272019031008**

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sulaiman Efendi'.

**Sulaiman Efendi, M. E
NIDN. 2007049007**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733 Telepon
(0634) 22080 Faximili (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

Hal : Lampiran Skripsi
a.n Ari Apriansyah
Lampiran : 6 (Enam) Eskemplar

Padangsidempuan, 05 Juni 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb,

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Ari Apriansyah yang berjudul "**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi E-Commerce**" maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak dan Ibu Kami Ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr,Wb.

PEMBIMBING I

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M. E
NIP. 199302272019031008

PEMBIMBING II

Sulaiman Efendi, M. E
NIDN. 2007049007

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ari Apriansyah

Nim : 21 401 00046

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi *E-Commerce*

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali antara tim pembimbing, dan tidak plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 05 Juni 2025
Saya yang menyatakan,



ARI APRIANSYAH
NIM. 21 401 00046

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Apriansyah
Nim : 21 401 00046
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile
Banking Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas
Royalti Non Eksklusif (*Non Eksklusif Royalty – Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul
**“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking
Dalam Transaksi *E-Commerce*”**

Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas di Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, menggali
media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan
mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis
dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 05 Juni 2025

Yang Menyatakan,



ARI APRIANSYAH
NIM. 21 401 00046



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Kota Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : ARI APRYANSYAH
NIM : 21 401 00046
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Menggunakan *Mobile Banking*
Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Ketua

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M. E
NIDN. 2027029303

Sekretaris

Sulaiman Efendi, M. E
NIDN. 2007049007

Anggota

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M. E
NIDN. 2027029303

Sulaiman Efendi, M. E
NIDN. 2007049007

Risna Hairani Sitompul, M. M
NIDN. 0119038306

Rizky Amelia Zahra, M. Si
NIDN. 2006089202

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa, 17 Juni 2025
Pukul : 14.00-16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 77,75(B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,49
Predikat : Sangat Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Kota Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022 Website: uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN *MOBILE*
BANKING* DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE

NAMA : ARI APRYANSYAH

NIM : 21 401 00046

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidimpuan, 30 Juni 2025

Dekan



Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : ARI APRYANSYAH

NIM : 2140100046

Judul : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Mobile Banking berperan penting bagi perkembangan *e-commerce* dengan adanya *mobile banking* diharapkan dapat memudahkan transaksi *e-commerce*. Penggunaan *mobile banking* untuk *e-commerce* berperan sebagai alat pembayaran dalam transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran *Mobile Banking* dalam perkembangan *e-commerce* serta menganalisis pengaruh variable-variable independent (bebas) yaitu kemudahan, kepercayaan, dan biaya admin terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*. Meskipun *Mobile Banking* mengalami peningkatan jumlah pengguna, tetapi terdapat berbagai kendala yang dihadapi, seperti terhadap kemudahan, kepercayaan, dan kurangnya informasi mengenai biaya admin tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner offline kepada 100 responden yang pernah menggunakan layanan tersebut. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dan analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda setelah uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedostisitas. Secara parsial hasil uji t pada variabel kemudahan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*, kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*, dan biaya admin berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*. kemudahan, dan biaya admin secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

Kata Kunci : Biaya Admin, *Mobile Banking*, Kemudahan, Kepercayaan

ABSTRACT

Name : Ari Apriansyah

NIM : 2140100046

Title : *Factors that influence decisions using mobile banking in e-commerce transactions.*

Mobile banking plays an important role in the development of e-commerce with mobile banking is expected to facilitate e-commerce transactions. The use of mobile banking for e-commerce acts as a means of payment in transactions. This study aims to examine the role of mobile banking in the development of e-commerce and analyze the effect of independent variables (free), namely the ease, trust, and admin fee on the decision to use mobile banking in e-commerce transactions. Although mobile banking has increased the number of users, there are various obstacles encountered, such as to the ease, trust, and lack of information about the admin's fees. This study uses a quantitative descriptive approach with primary data collected through offline questionnaires to 100 respondents who have used the service. The sampling technique used is purposive sampling, and data analysis is carried out with multiple linear regression after the validity, reliability, normality, multicollinearity, and heteroscedosticity test. Partially the results of the T test on the ease of variable influence the decision to use mobile banking in e-commerce transactions, trust does not affect the decision to use mobile banking in e-commerce transactions, and admin fees affect the decision to use mobile banking in e-commerce transactions. Ease, and admin fees simultaneously have a significant effect on the decision to use mobile banking in e-commerce transactions.

Keywords: *Admin Fee, Mobile Banking Fee, Ease, Trust*

ملخص البحث

الاسم : آري أبريانسه
رقم التسجيل : ٢١٤٠١٠٠٠٤٦
عنوان البحث : العوامل التي تؤثر على قرار استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في معاملات التجارة الإلكترونية

تلعب الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول دورًا مهمًا في تطوير التجارة الإلكترونية، ومن المتوقع أن يُسهّل وجود الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول معاملات التجارة الإلكترونية. يُعد استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول للتجارة الإلكترونية وسيلة للدفع في المعاملات. تهدف هذه الدراسة إلى دراسة دور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تطوير التجارة الإلكترونية وتحليل تأثير المتغيرات المستقلة (المجانية) وهي الراحة والثقة ورسوم الإدارة على قرار استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في معاملات التجارة الإلكترونية. وعلى الرغم من زيادة عدد مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، إلا أن هناك العديد من العقبات التي تواجهها، مثل الراحة والثقة ونقص المعلومات حول رسوم الإدارة. تستخدم هذه الدراسة نهجًا وصفيًا كميًا مع جمع البيانات الأولية من خلال استبيانات غير متصلة بالإنترنت لـ 100 مستجيب استخدموا الخدمة. أسلوب أخذ العينات المستخدم هو أخذ العينات المهادفة، ويتم إجراء تحليل البيانات باستخدام الانحدار الخطي المتعدد بعد اختبار الصلاحية والموثوقية والتوزيع الطبيعي والتعدد الخطي وعدم تجانس التباين. جزئيًا، تؤثر نتائج اختبار t لمتغير الراحة على قرار استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في معاملات التجارة الإلكترونية، بينما لا تؤثر الثقة على قرار استخدامها، كما تؤثر الرسوم الإدارية على قرار استخدامها. للراحة والرسوم الإدارية معًا تأثير كبير على قرار استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في معاملات التجارة الإلكترونية، بينما لا تؤثر الثقة معًا تأثيرًا كبيرًا على قرار استخدامها.

الكلمات المفتاحية: الراحة، الثقة، الرسوم الإدارية، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

KATA PENGANTAR



Assamu'alaikum Wr.Wb

Syukur alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmad serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi *E-Commerce*”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Kemudian Shalawat beriring salam peneliti haturkan kepada ruh nabi besar Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan dan rahmat bagi seluruh alam. Selama menyusun skripsi ini peneliti telah banyak mendapat bantuan dari berbagai sumber baik berupa moral maupun materi, karena itu dengan tanpa mengurangi rasa hormat serta rasa syukur atas semuanya itu dalam kesempatan ini tak lupa peneliti sampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., Rektor UIN SYAHADA Padangsidempuan serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M. Ag., Selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M. A., Selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap. M. Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan kelembagaan Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang

Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A. sebagai Ketua Prodi Perbankan Syariah dan selaku Sekretaris Prodi Ibu Hamni Fadilah, M.Pd, serta seluruh civitas akademika UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
4. Bapak Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M. E selaku Pembimbing I dan Bapak Sulaiman Efendi, M. E selaku Pembimbing II, Peneliti Mengucapkan Terimakasih banyak telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan dan telah sabar memberi bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah diberikan.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN SYAHADA Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta yang paling berjasa dan paling peneliti sayangi dalam hidup ini. Terutama untuk ayahanda Supriadi B. dan Ibunda tercinta Eliyawati, yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang dukungan

moral dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga firdaus-nya, dan semoga selalu bisa membanggakan kalian berdua selamanya.

8. Terimakasih untuk orang yang sangat special bagi peneliti yaitu Liyatul Imamah yang sudah membantu dan selalu men support peneliti dalam melewati suka maupun duka dalam menyelesaikan skripsi.
9. Terimakasih untuk sahabat-sahabat peneliti yaitu Indra Pohan, Mursyid, dan I Gde yang sudah menjadi seperti keluarga bagi peneliti. Dukungan, bantuan, kebersamaan dan semua momen berharga yang membantu peneliti dalam melewati masa-masa sulit selama menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman PS 2 Angkatan 2021 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, teman-teman organisasi HMI Komisariat Ekonomi Islam, Keluarga Besar IMALAB Padangsidimpuan, teman-teman organisasi HMPSPS priode 2024-2025 dan teman-teman KKL Kelompok 73, yang telah banyak membantu, menemani dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti mengucapkan banyak terimakasih
12. *The last but not least* terimakasih untuk diri sendiri Ari Apriansyah karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk

menyerah walau sesulit apapun proses dalam Menyusun skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan suatu pencapaian yang patut di banggakan untuk diri sendiri.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 2025
Peneliti,

ARI APRYANSYAH
NIM. 21 401 00046

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
خ	Ta	T	Te
ز	s'a	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
ك	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ر	z'al	Ž	Zet (dengan titik di atas)
س	Ra	R	Er
ص	Zai	Z	Zet
ط	Sin	S	Es
ث	Syin	Sy	Es dan ye
ض	ṣad	ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ظ	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
غ	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

ﻝ	Lam	L	El
ﻡ	Mim	M	Em
ﻥ	Nun	N	En
ﻭ	Wau	W	We
ﻩ	Ha	H	Ha
ﺀ	Hamzah	”	Apostrof
ﻱ	Ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	A
— \	Kasrah	I	I
— °	dommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....°	fathah dan ya	Ai	a dan i
°	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
...َ...١	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
..ِِِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
...ُُُ	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar Butah

Transliterasi untuk *ta mar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu اِ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan

antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf/l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun *huruf*, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

DEWA PENGUJI

PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... iv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN viii

DAFTAR ISI..... xiii

DAFTAR TABEL xvi

DAFTAR GAMBAR..... xvii

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah..... 1
- B. Identifikasi Masalah 11
- C. Batasan Masalah..... 13
- D. Definisi Operasional Variabel..... 13
- E. Rumusan Masalah 14
- F. Tujuan Penelitian 15

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kerangka Teori..... 17
 - 1. Teori Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan..... 17
 - a. Teori Perilaku Konsumen 17
 - b. Teori Pengambilan Keputusan 18
 - 2. Teori Pengambilan Keputusan 20
 - a. *E-Commerce* 20
 - b. Jenis-jenis *E-Commerce* 21
 - c. Mekanisme Sistem Perdagangan *E-Commerce* 22
 - d. Metode Pembayaran *E-Commerce* 23
 - 3. Kemudahan..... 24
 - a. Definisi Kemudahan..... 24
 - b. Kemudahan Dalam Perspektif Islam 25
 - c. Kemudahan dalam Mobile Banking..... 25
 - 4. Kepercayaan 27
 - 5. Biaya Admin 28

B. Penelitian Terdahulu	30
C. Kerangka Pikir	35
D. Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
B. Jenis Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	38
1. Populasi	38
2. Sampel.....	40
D. Sumber Data	41
1. Data Primer	41
2. Data Sekunder	41
E. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Angket / Kuesioner.....	41
2. Wawancara	43
F. Teknik Analisi Data	43
1. Uji Validitas	44
2. Uji Realibilitas.....	44
G. Uji Asumsi Klasik.....	45
1. Uji Normalitas	45
2. Uji Multikolinearitas	45
3. Uji Heteroskedastisitas	46
H. Uji Regresi Linear Berganda.....	47
I. Uji Determinasi ($\text{adjusted } R^2$).....	47
J. Uji Hipotesis	48
1. Uji Parsial (Uji t).....	48
2. Uji Simultan (Uji F)	48
3. Uji Koefisien Determinasi.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Bank Syariah Indonesia.....	50
2. E-Commerce.....	51
3. Sejarah Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	52
B. Karakteristik Responden	55
1. Berdasarkan Usia % Jenis Kelamin	55
C. Hasil Analisi Data	56
1. Uji Instrumen.....	56
a. Uji Validitas	56
b. Uji Reliabilitas	59
2. Uji Asumsi Klasik	60
a. Uji Normalitas.....	60
b. Uji Multikolinearitas	61

c. Uji Heteroskedatisitas	59
3. Uji Regresi Linear Berganda.....	64
4. Uji Hipotesis.....	66
a. Uji Parsial (Uji t).....	66
b. Uji Simultan (Uji F)	68
c. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	69
D. Pembahasan Hasil Penelitian	70

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	76
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAR HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I. 1 Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> dengan Nilai Variabel	5
Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel	14
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III. 1 Pengukuran Skala Likert	42
Tabel III. 2 Indikator Kemudahan.....	42
Tabel III. 3 Indikator Kepercayaan	42
Tabel III. 4 Indikator Biaya Admin.....	43
Tabel III. 5 Indikator Keputusan Menggunakan Mobile Banking	43
Tabel IV, 1 Karakteristik Berdasarkan Usia	56
Tabel IV. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas X1.....	57
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas X2.....	58
Tabel. IV. 5 Hasil Uji Validitas X3	58
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Y.....	59
Tabel IV. 7 Hasil Uji Realibilitas.....	59
Tabel IV. 8 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel IV. 9 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	63
Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
Tabel IV. 12 Hasil Uji Parsial	67
Tabel IV. 13 Hasil Uji Simultan	69
Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Pengguna <i>Mobile Banking</i> Yang Paling Banyak Digunakan Untuk <i>Marketplace</i>	6
Gambar 2. Kerangka Pikir.....	36
Gambar 3. Fitur BSI Mobile	51
Gamabar 4. Scatterplot.....	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebelum kemunculan *e-commerce*, *mobile banking* memiliki peran yang cukup terbatas dalam ekosistem keuangan digital. Pada masa itu, *mobile banking* berfungsi sebagai alat untuk mempermudah transaksi perbankan tradisional, seperti transfer dana, cek saldo, pembayaran tagihan, atau pengelolaan rekening, namun belum terintegrasi secara langsung dengan transaksi jual-beli barang dan jasa seperti yang kita kenal saat ini.¹

Namun, dalam implementasinya, *mobile banking* menghadapi beberapa permasalahan yang berkaitan dengan kemudahan, kepercayaan, dan biaya admin yang dimana di dalam kemudahan *mobile banking* awalnya dirancang untuk memberikan kenyamanan dalam transaksi perbankan tanpa datang langsung ke cabang bank. Namun, teknologi yang terbatas saat ini membuat pengalaman pengguna kurang optimal dikarenakan antarmuka aplikasi yang rumit dan sulit dipahami oleh pengguna nasabah, keterbatasan perangkat mendukung aplikasi *mobile banking*, sehingga hanya pengguna tertentu yang bisa memanfaatkannya dan proses pendaftaran aktivasi layanan yang berbelit-belit. Sedangkan di dalam kepercayaan, pada masa awal *mobile banking* tingkat adopsi masyarakat masih rendah karena kurangnya kepercayaan

¹ Nur Khotijah, S., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal* Vol. 3, No. 2, Desember 2022, hlm. 541–551.

teknologi digital dan dampak yang menimbulkan kekhawatiran terhadap keamanan data pribadi, minimnya edukasi masyarakat tentang keamanan transaksi digital, dan pengalaman buruk pengguna, seperti kegagalan dalam melakukan transaksi, dan sedangkan di dalam biaya admin, sebelum kehadiran *e-commerce* yang melibatkan berbagai promosi dan subsidi biaya transaksi, pengguna sering kali mengeluhkan biaya administrasi *mobile banking* yang relatif tinggi dan mengakibatkan biaya bulanan atau tahunan untuk pemeliharaan *mobile banking*, dan kurangnya insentif atau manfaat tambahan bagi pengguna yang setia menggunakan layanan tersebut.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor perbankan, khususnya melalui layanan *mobile banking*.² Layanan ini memungkinkan nasabah melakukan transaksi perbankan secara elektronik melalui perangkat *mobile*, menawarkan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas keuangan sehari-hari. Pengguna *e-commerce* seringkali memanfaatkan *mobile banking* untuk melakukan pembayaran, *top-up e-wallet*, dan transaksi lainnya. Hal ini menuntut bank untuk terus berinovasi dalam menyediakan layanan yang aman, cepat, dan mudah diakses. Selain itu, adopsi teknologi baru seperti dompet digital (*e-wallet*) juga mempengaruhi penggunaan *mobile banking*. Dompet digital menawarkan kemudahan dalam melakukan pembayaran dan transfer dana tanpa perlu menggunakan rekening bank tradisional. Meskipun demikian,

² Kamarudin, J., Nursiah, N., & dkk. Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2, 13 Maret 2022 hlm. 11–18.

dompet digital tidak sepenuhnya menggantikan peran bank, karena transaksi melalui dompet digital seringkali diawali dengan proses transfer dari rekening bank ke akun dompet digital. Oleh karena itu, bank perlu beradaptasi dengan perkembangan ini dan menawarkan layanan yang kompetitif untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Mobile banking dan *e-wallet* menawarkan kemudahan transaksi tanpa batasan waktu dan tempat. Pengguna dapat melakukan transfer, pembayaran tagihan, dan pembelian barang atau jasa secara online melalui perangkat *mobile* mereka. Hal ini mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi bank atau ATM secara fisik, sehingga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan. Keamanan menjadi faktor krusial dalam transaksi digital. Layanan *mobile banking* dan *e-wallet* umumnya dilengkapi dengan enkripsi data dan protokol keamanan canggih untuk melindungi informasi pengguna. Demikian pula, *e-wallet* mungkin memiliki biaya top-up atau transaksi. Penting bagi pengguna untuk memahami struktur biaya yang berlaku agar dapat memilih metode pembayaran yang paling efisien dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut Davis, Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) menjelaskan bahwa keputusan untuk pembelian/menggunakan teknologi seperti *mobile banking* dipengaruhi oleh seberapa besar pengguna percaya bahwa *mobile banking* akan meningkatkan efisiensi transaksi *e-commerce* dan seberapa mudah pengguna untuk melakukan pembelian/menggunakan *mobile*

banking.³ Karna jika pengguna merasa bahwa *mobile banking* mempermudah pembayaran dan memberikan manfaat nyata (seperti kemudahan, kecepatan, dan keamanan), mereka akan lebih cenderung untuk menggunakannya.

Penggunaan internet bukanlah hal asing bagi masyarakat Indonesia. Berbagai generasi sudah mengenalnya dan sebagian besar mampu menggunakannya. Internet mempunyai kegunaan yang sangat beragam dalam berbagai aspek kehidupan. Salah satunya adalah, dapat digunakan untuk transaksi ekonomi yaitu jual beli secara *online*, yang lebih dikenal dengan sebutan *e-commerce*, *E-commerce (eletronic commerce)* merupakan salah satu hal yang saat ini sangat berkembang di masyarakat.⁴

Seiring berjalannya perkembangan teknologi, aktivitas keuangan nasabah mulai diwarnai dengan unsur digital banking. Dengan berbagai kemudahan ini membuat nasabah sangat diuntungkan. Namun, hanya sebagian masyarakat Indonesia yang dapat menikmati layanan perbankan, bahwasanya 54% masyarakat Indonesia yang tidak dapat menikmati layanan perbankan digital dikarenakan gangguan internet dan kurangnya sosialisasi.

Perbankan syariah di Padangsidempuan bagian dari lembaga keuangan syariah yang berhubungan pada bidang jasa perbankan telah menyediakan sarana *Mobile Banking* (BSI *Mobile*) dengan tujuan mempermudah nasabah dalam menggunakan transaksi perbankan terutama dalam melakukan

³ Davis, F. D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User AcceptanceOf Information Technology." *MIS Quartelt*, Vol. 13, No. 3, 1989. hlm 319-340.

⁴ Pube Emma Naomi Dkk, "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan,Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dala Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Penggunaan Situs Jual Beli Online Kaskus. Co. Id Di Purworejo). hlm. 2-3

transaksi *e-commerce*. Berikut ini beberapa layanan yang tersedia pada BSI *Mobile* seperti: Layanan rekening dan tabungan, Pembayaran tagihan, Pembelian pulsa dan paket data, Fitur zakat, infak, sedekah, dan wakaf, Pembayaran E-Wallet, Investasi syariah, Layanan QR, Pembiayaan, Manajemen keuangan pribadi, Lokasi kantor cabang dan ATM, Notifikasi dan pengingat transaksi.

Tabel I.1 Jumlah Nilai Transaksi *E-Commerce* dengan Nilai Variabel

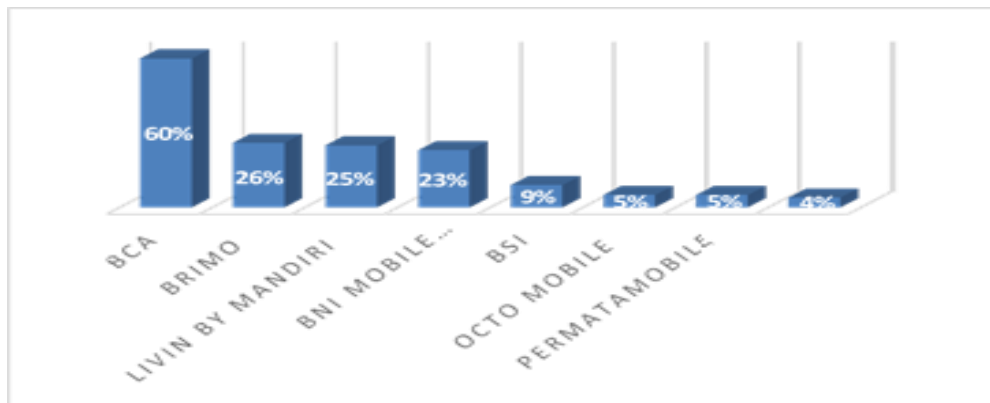
Tahun	Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i>	Kemudahan (X1)	Kepercayaan (X2)	Biaya Admin (X3)
2024	487,01 triliun	2.989	2.108	2.229

Dari data nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2024 yang mencapai Rp487,01 triliun. Nilai ini mencerminkan besarnya volume transaksi yang dilakukan masyarakat melalui platform digital, khususnya dalam ekosistem *e-commerce*. Dalam data di atas dapat kita lihat bahwa terdapat yang mempengaruhi Keputusan Masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi, yaitu: Kemudahan (X1) dengan jumlah sebesar 2.989, menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan layanan *mobile banking* menjadi factor dominan yang dirasakan oleh pengguna, Kepercayaan (X2) dengan jumlah 2.108, yang menunjukkan pentingnya rasa aman dan kepercayaan pengguna terhadap system dan penyedia layanan, dan Biaya Admin (X3) dengan jumlah sebesar 2.229, mengindikasikan bahwa efisiensi

biaya juga menjadi pertimbangan penting dalam Keputusan pengguna dalam menggunakan *mobile banking* untuk transaksi *e-commerce*.

Data ini memberikan Gambaran awal bahwa pertumbuhan nilai transaksi *e-commerce* didukung oleh persepsi positif Masyarakat terhadap kemudahan layanan, kepercayaan terhadap system, serta efisiensi biaya administrasi yang ditawarkan oleh layanan *mobile banking*.

Gambar 1. Data Pengguna Mobile banking yang Paling Banyak Digunakan untuk Marketplace



Sumber: (Populix, 2022)⁵

Dalam kegiatan operasionalnya Bank Syariah dalam memperbesar *fee based income* tercermin dari upaya bank menambah layanan yang menawarkan berbagai kemudahan bagi nasabahnya, kepraktisan transaksi tanpa batas ruang dan waktu dengan menawarkan berbagai fitur-fitur layanan melalui BSI Mobile. Diharapkan dengan meningkatnya pemanfaatan layanan tersebut juga dapat menambah *fee based income* yang diperoleh bank. Namun berdasar data, bank

⁵ Populix, *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*, 2022

konvensional sangat disukai dan hanya satu bank syariah yang menjadi favorit masyarakat, yaitu BSI *Mobile* dengan perolehan 9%. Walaupun hal itu bisa mengindikasikan bank syariah belum begitu digemari atau bisa saja kurang memuaskan masyarakat. Nyatanya memang membuktikan masyarakat Islam Indonesia terutama masyarakat Kota Padangsidempuan masih menikmati layanan perbankan konvensional dibandingkan dengan bank syariah. Serta belum melihat perbedaan antara bank konvensional dan bank syariah.

Dengan adanya transaksi di *mobile banking* nasabah sangat terbantu dalam aktivitas finansialnya sehingga lebih kilat, efektif serta dapat meminimalisir waktu nasabah tanpa harus melakukan transaksi perbankan secara langsung di bank. Tidak hanya menguntungkan nasabah saja akan tetapi pihak bank juga mendapatkan keuntungan, yakni bank tidak perlu meningkatkan jumlah pekerja untuk operasionalnya. Tidak hanya transaksi perbankan non-tunai, layanan *mobile banking* juga mempermudah nasabah untuk membayar kewajibannya seperti kewajiban pembayaran tagihan listrik, air, telepon, internet, asuransi kesehatan, dan lainnya tanpa perlu datang ke pos pembayaran. Dengan kemajuan teknologi informasi era saat ini, *M-Banking* juga dilengkapi fitur yang mempermudah nasabah, seperti pembukaan rekening secara online, deposito online, kartu kredit, layanan *top up e-money*, layanan tarik tunai tanpa kartu, dan lain sebagainya.⁶

⁶ Mahfud Nugroho dkk “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Layanan Perbankan Syariah” *Jurnal of Economics and Banking* ,Vol. 1, No. 2 Desember 2019, hlm.185.

Namun, meskipun menawarkan banyak manfaat, penggunaan *mobile banking* juga menghadirkan tantangan seperti keamanan data, potensi penipuan, dan ketergantungan pada perangkat teknologi. Oleh karena itu, keputusan menggunakan *mobile banking* biasanya mempertimbangkan faktor kenyamanan, kepercayaan terhadap bank penyedia layanan, serta pemahaman pengguna tentang teknologi tersebut.

Kemudahan yang telah dihadirkan pada fitur-fitur yang disediakan pada *mobile banking*, membuat minat masyarakat semakin bertambah dalam penggunaan aplikasi *mobile banking*. Perilaku seseorang pada dasarnya mengikuti keadaan yang sebenarnya untuk menggunakan *mobile banking*, dimana orang tersebut cenderung memiliki minat untuk mendapatkan keuntungan yang secara langsung dapat dirasakan (*Perceived Advantage*). manfaat yang efektif serta efisien (*Self Efficacy*), yang sesuai pada layanan transaksi perbankan (*Compatibility*). Apabila fungsi yang disediakan oleh *M-Banking* tersebut tidak sesuai dengan harapan nasabah, maka masyarakat tidak akan ada hasrat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut dan memilih untuk transaksi langsung ke bank.⁷

Mobile banking mempermudah pengguna dalam melakukan transaksi *e-commerce* dengan menyediakan berbagai kemudahan, antrara lain: Kemudahan dalam penggunaan, Keamanan dalam transaksi, Kemudahan

⁷ Perwitasari, A. W. *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use of Fintech by Indonesian MSMEs*. The Winners, 78(1), hlm.1–15. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078> (2023).

dalam melakukan pembayaran dan transfer, Fitur notifikasi dan riwayat transaksi, Promo dan cashback dan, Efisien waktu dan biaya. Dengan kemudahan-kemudahan ini, *Mobile Banking* menjadi solusi yang efisien dan aman bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan transaksi e-commerce secara cepat dan praktis.

Namun dalam kenyataannya masih banyak nasabah yang memiliki BSI *Mobile* tetapi tidak digunakan untuk transaksi sehari-hari seperti pelunasan pembayaran *e-commerce*, padahal jika dilihat dari segi biaya admin dan kemudahan pelunasan pembayaran transaksi *e-commerce* lebih murah menggunakan BSI *Mobile* dibandingkan dengan *M-Banking*, dengan biaya admin hanya Rp1.000 per transaksi dibandingkan menggunakan aplikasi lain biasanya biaya admin Rp 2.500 per transaksi.

Adapun alasan dan kendala nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile* sebagai alat pembayaran di *e-commerce* yaitu, kurangnya sosialisasi dan edukasi, preferensi terhadap platform lainnya, kekhawatiran terhadap keamanan, serta kompleksitas proses registrasi dan pengguna.

Transaksi dengan menggunakan *mobile banking*, *e-money*, *e-wallet* lebih efektif dan tercatat dalam sistem, bisa mendorong nasabah untuk melakukan transaksi melalui layanan *mobile banking*. Transaksi non tunai lebih efisien, karena tetap dalam sistem dan lebih cepat dibandingkan transaksi tunai. Hal ini terjadi dikarenakan banyaknya pengguna yang mengakses aplikasi secara bersamaan, terjadi pemeliharaan server, terdapat ancaman siber, dan kualitas

jaringan internet yang tidak stabil. Jadi seharusnya pihak BSI perlu meningkatkan infrastruktur serta melakukan perbaikan berkala agar aplikasi BSI *Mobile* dapat lebih stabil dan optimal dalam melayani nasabah. Hal ini diperkuat penelitian bahwasannya kemudahan (*Perceived ease of use*) dan manfaat (*Perceived usefulness*) memiliki pengaruh signifikan. Namun, penelitian Aprilia menyatakan kemudahan dan manfaat tak mempengaruhi keputusan.

Kepercayaan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking* untuk melakukan transaksi *e-commerce* dari beberapa faktor yang membentuk keyakinan dan kenyamanan dalam penggunaan teknologi seperti: Perkembangan teknologi dan sistem keamanan, Kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, Dukungan dan edukasi dari Bank serta peningkatan literasi keuangan, dan Penawaran promosi dan keuntungan finansial. Dengan adanya beberapa faktor tersebut, masyarakat semakin yakin bahwa menggunakan mobile banking dalam transaksi *e-commerce* adalah pilihan yang sangat aman, efisien, dan menguntungkan.

Namun dalam kenyataannya masih banyak mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* tetapi tidak digunakan dalam melakukan transaksi sehari-hari seperti pelunasan *e-commerce*, maka dari itu saya memilih Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk melakukan observasi bagaimana mudah, kegunaan dan kualitas dalam menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Menurut wawancara dengan beberapa mahasiswa fakultas ekonomi & bisnis islam yaitu (Indra Muda, Sawal Siregar, Hafiy Rahman, Alwi Parmonangan dan I Gde Paradika), terdapat informasi bahwa dalam melakukan transaksi *e-commerce* sangat mudah yang dimana terdapat fitur-fitur transaksi dengan sangat mudah, dan dapat menghemat suatu pengeluaran. Tetapi, terkadang kita juga merasakan kekhawatiran dalam melakukan transaksi di *e-commerce*. Namun, yang selama ini kita lihat di dalam *e-commerce* telah menyediakan fitur-fitur ulasan yang membuat kami merasa puas dalam melakukan transaksi *e-commerce* dari Mobile Banking dan kita juga harus tetap waspada dalam melakukan transaksi *e-commerce*.⁸

Berdasarkan data aplikasi playstore, BSI *Mobile* memperoleh rating sebesar 4.6 dengan ulasan berjumlah 157 ribu.⁹ Beberapa penilaian pada bulan maret-mei 2023 menunjukkan nasabah BSI merasa aplikasi sangat membantu dengan inovasi fitur layanannya, namun ada sebagian besar keluhan nasabah berada pada transaksi yang eror dan bermasalah, seperti gagal transfer dan saldo terpotong tanpa notifikasi.

Maka dari itu bank syariah harus melakukan tindakan untuk mengurangi permasalahan-permasalahan yang menjadi keluhan dari nasabah yang menggunakan layanan perbankan syariah dalam transaksi *e-commerce* seperti melakukan peningkatan keamanan BSI *Mobile* agar tidak mengalami eror dan

⁸ Indra Muda, Sawal Siregar, DKK, *Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, Wawancara* (Padangsidempuan, 28 Desember 2024, pukul 13.30 WIB

⁹ <https://play.google.com> Diakses pada tanggal 12 September 2024, jam 14:00 WIB.

tidak bisa digunakan. Kemudian melakukan penyuluhan ataupun tutorial untuk menggunakan layanan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce*, tujuannya agar nasabah tersebut tetap memilih layanan bank syariah dan menjadi profit untuk Bank Syariah itu sendiri.

Adapun fenomena dalam penelitian adalah meningkatnya penggunaan *mobile banking* dalam mendukung aktivitas *e-commerce* dan beragamnya factor yang mempengaruhi Keputusan nasabah dalam memilih layanan *mobile banking*. berdasarkan data dan penjelasan-penjelasan latar belakang dan terdapat permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :**"Faktor -Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Dalam Transaksi *E-Commerce*"**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti meninjau identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa yang tidak mengetahui dan mengalami kendala dalam penggunaan *Mobile Banking* yang tersedia di BSI *Mobile* seperti seringnya terjadinya eror saat *top up Shopeepay* dan menu-menu yang banyak dan detail sehingga nasabah merasa sulit untuk melakukan transaksi pelunasan *e-commerce*.
2. Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah KC Padangsidimpuan di berbagai sosial media seperti instagram, facebook dan sosial media lainnya

akan tetapi masih minim yang menggunakan *BSI Mobile* dalam pelunasan transaksi *e-commerce*.

3. Biaya Admin yang diperkirakan lebih murah dari pada menggunakan *M-Banking* lainnya tetapi nasabah masih banyak yang tidak menggunakannya.
4. Tanpa pemahaman yang kuat tentang menggunakan *Mobile Banking* kemungkinan besar Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nim 21 UIN SYAHADA tidak akan tertarik untuk menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-commerce*.

C. Batasan Masalah

Untuk memudahkan pembahasan serta tidak menyalahi sistematika penulisan karya ilmiah sehingga mendapatkan hasil yang diharapkan, maka penulis harus membatasi permasalahan yang akan dibahas, sehingga tidak akan keluar dari topik pembahasan. Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam menggunakan mobile banking dalam transaksi *e-commerce*.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian merupakan seluruh sesuatu yang dijadikan, yang dipelajari sehingga dapat memperoleh informasi tentang penelitian ini. Variabel ini digunakan untuk mengetahui variable-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Keputusan menggunakan Mobile Banking (Y)	Keputusan ini merujuk pada tindakan atau pilihan konsumen untuk menggunakan layanan perbankan yang disediakan melalui aplikasi mobile banking dalam melakukan transaksi e-commerce	1. Kemudahan pengguna 2. Manfaat yang dirasakan 3. Keamanan dalam menggunakan	Ordinal
Kemudahan (X1)	Mengukur seberapa besar pengguna merasakan mobile banking membantu memudahkan transaksi e-commerce.	1. Efisiensi waktu 2. Kemudahan proses 3. Peningkatan produktivitas	Ordinal
Kepercayaan (X2)	Mengukur tingkat keyakinan bahwa sistem mobile banking aman dan dapat diandalkan.	1. Keamanan data pribadi 2. Kepercayaan pada bank	Ordinal
Biaya Admin (X3)	Sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang di tukarkan konsumen atas manfaat- manfaat karena menggunakan produk atau jasa tersebut	Kualitas Produk yang menjadi faktor yang menentukan pengambilan keputusan membeli atau menggunakan jasa tersebut	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah-masalah yang akan menjadi acuan selama melakukan penelitian. Rumusan masalah tersebut antara lain :

1. Apakah Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*?
2. Apakah Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*?
3. Apakah Biaya Admin (*Admin Fees*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*?
4. Apakah Kemudahan, Kepercayaan, Biaya Admin berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*?

F. Tujuan Dan Manfaat Peneliti

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*.
2. Untuk mengetahui apakah Kepercayaan (*Trust*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*.
3. Untuk mengetahui apakah Biaya Admin (*Admin Fees*) berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*.
4. Untuk mengetahui apakah Kemudahan, Kepercayaan, Biaya Admin berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*.

Berdasarkan tujuan- tujuan dari penelitian di atas maka penulis berharap penelitian ini bermanfaat bagi :

1. Bagi peneliti

Menambah pengetahuan dan keilmuan tentang perbankan syariah khususnya dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan *Mobile Banking* dalam transaksi *E-Commerce*.

2. Bagi Akademis

Dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan nantinya bisa dijadikan sebagai acuan dan referensi untuk penelitian lebih lanjut oleh para calon peneliti berikutnya.

3. Bagi Pengguna *Mobile Banking*

Memberikan gambaran bagaimana perilaku nasabah dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan bank syariah. Selain itu dapat menjadi bahan evaluasi bagi industri perbankan syariah untuk mengetahui kelemahan dan untuk meningkatkan kinerja.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Teori Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan

a. Teori Perilaku Konsumen

Kotler & Keller menjelaskan perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.¹⁰ Perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi, sebagai berikut:

- 1) Faktor Budaya. Budaya, subkultur, dan kelas sosial merupakan pengaruh penting pada perilaku pembelian konsumen. Budaya merupakan penentu mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Subkultur terdiri dari kebangsaan, agama, ras kelompok, dan wilayah geografis. Pembagian kelas sosial yang diatur secara hierarkis dan dengan anggota yang memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama.
- 2) Selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial mempengaruhi perilaku pembelian kita. Dalam kelompok referensi setidaknya terdapat

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, ed. 14 (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2012), hlm. 172-178.

kelompok primer seperti teman, keluarga, rekan dan kelompok sekunder ialah agama, profesional, dan kelompok serikat pekerja. Keluarga adalah konsumen terpenting yang menjadi acuan utama paling berpengaruh. Pengaruh lainnya juga dalam organisasi tertentu, dari situlah posisi seseorang peran dan status masing-masing kelompok mempengaruhi sumber informasi.

- 3) Faktor Pribadi. Karakteristik pribadi yang memengaruhi keputusan pembeli meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai-nilai. Sebab hal-hal tersebut memiliki dampak langsung.

b. Teori Pengambilan Keputusan

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu: Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan, Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, dan Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.¹¹

keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer*

¹¹Alwendi.“Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha.”,Vol 17,No 3, *Jurnal Manajemen Bisnis*,24 April 2020, hlm. 317–325.

decision making) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu.

Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut: Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu, Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut, Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya, Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

2. *E-Commerce*

a. Pengertian *E-Commerce*

Menurut Guay dan Ettwein, sebagaimana dikutip oleh Andri Chesario Somad, *e-commerce* didefinisikan sebagai transaksi ekonomi saat pembeli dan penjual bersama-sama melalui media elektronik dari internet membentuk kontrak perjanjian mengenai harga dan pengiriman barang atau jasa tertentu dan menyelesaikan transaksi melalui pengiriman dan pembayaran barang atau jasa sesuai kontrak.¹² Pasar digital adalah hasil data yang saat ini tumbuh pesat sebagai gaya hidup sekarang.

Dalam bertransaksi *e-commerce* harus dilakukan atas dasar saling ridha, Sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ²

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. (QS AN NISA:29).

Masih dalam konteks penjelasan yang halal dan haram dari harta, kehormatan dan jiwa. Dan dalam ayat ini Allah menyeru kepada para hambanya yang beriman dengan gelar iman. Allah melarang mereka dari saling memakan harta mereka dengan cara yang batil dengan cara

¹² Andri Chesario Shomad “ Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E- Commerce “ *Skripsi*, (Malang: Universitas Brawijaya Malang ,2020),. hlm. 3.

pencurian, penipuan, judi, riba dan hal-hal yang mengarah kepadanya dari berbagai jumlah perharaman yang lain. Allah “janganlah kalian memakan harta diantara kalian dengan cara batil”, yaitu tanpa diganti dengan yang baik atau kerelaan hati. Kemudian adanya pengecualian harta jual beli yang dihasilkan di atas prinsip suka rela dari dua jenis jual-beli berdasarkan hadis “jual-beli harus dilandasi dengan suka rela” dan “Jual-beli dengan prinsip khiyar sebelum si penjual dan si pembeli berpisah” Allah berfirman “Kecuali jikalau jual-beli yang dilandasi prinsip suka rela” tidaklah mengapa dikonsumsi, maka sesungguhnya itu adalah halal.¹³

b. Jenis-Jenis *E-Commerce*

Penggolongan *e-commerce* pada umumnya dilakukan berdasarkan sifat transaksinya. Menurut Laudon sebagaimana dikutip oleh Shabur Miftah Maulana, penggolongan *e-commerce* dibedakan sebagai berikut.¹⁴

- 1) *Busines to Consumer* (B2C)
- 2) *Busines to Busines* (B2B)
- 3) *Consumer to Consumer* (C2C)
- 4) *Peer-to-Peer* (P2P)
- 5) *Mobile Commerce* (M-Commerce)

¹³ TafsirWeb, <https://tafsirweb.com/1561-surat-an-nisa-ayat-29.html>, diakses pada tanggal 19 Juni 2025

¹⁴Shabur Miftah Maulana dkk. “ Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang) “ *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* ,Vol . 29, No. 1, Desember 2019, hlm. 3.

E-commerce yang dimaksud dalam penelitian ini termasuk dalam golongan *Business to Consumer* (B2C) dan *Consumer to Consumer* (C2C), yang mencakup transaksi jual, beli, dan pemasaran kepada individu pembeli maupun jual beli yang dilakukan antar individu dengan media internet melalui penyedia layanan *e-commerce*, seperti Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak.com. Di dalam proses transaksi *e-commerce*, baik itu B2C maupun C2C, melibatkan lembaga perbankan sebagai institusi yang menangani transfer pembayaran transaksi.

c. Mekanisme Sistem Perdagangan di *E-Commerce*

Proses jual-beli di sistem *e-commerce* yang membedakan dengan proses jual- beli tradisional adalah semua proses mulai dari mencari informasi mengenai barang atau jasa yang diperlukan, melakukan pemesanan, hingga pembayaran di lakukan secara elektronik melalui media internet. Menurut Meier dan Stormer, sebagaimana dikutip oleh Shabur Miftah Maulana, mekanisme perdagangan di sistem *e-commerce* dijelaskan melalui rantai nilai dalam *e-commerce* sebagai berikut: ¹⁵

- 1) *E-Product dan E-Services*
- 2) *E-Procurement*
- 3) *E-Marketing*
- 4) *E-Contracting*

¹⁵ *Ibid*, hlm. 4.

5) *E-Distribution*

6) *E-Payment*

7) *E-Customer Relationship Management*

d. Metode Pembayaran *E-Commerce*

Menurut Prihatna, sebagaimana dikutip oleh Shabur Miftah Maulana, dalam transaksi yang menggunakan *e-commerce* terdapat 3 metode pembayaran yang dapat digunakan:¹⁶

1) *Online Processing Credit Card*

Metode ini digunakan untuk produk yang bersifat retail dimana mencakup pasar yang sangat luas yaitu seluruh dunia. Pembayaran dilakukan secara langsung atau saat itu juga.

2) *Money Transfer*

Pembayaran dalam metode ini lebih aman namun membutuhkan biaya *fee* bagi pihak penyedia jasa money transfer untuk mengirim sejumlah uang ke negara lain.

3) *Cash on Delivery*

Pembayaran dengan bayar di tempat ini hanya bisa dilakukan jika konsumen langsung datang ke toko tempat produsen menjual produknya atau berada dalam satu wilayah yang sama dengan penyedia jasa.¹⁷

¹⁶ Indra Budaya "Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Feri Pelaminan", *Jurnal Administrasi Nusantara (JAN)*, Vol.2, No.2, Desember 2019, hlm. 6.

¹⁷ *Ibid*, hlm.7

Menurut peneliti *E-Commerce*, atau perdagangan elektronik, adalah aktivitas jual beli produk atau layanan yang dilakukan melalui internet, dan dalam *e-commerce*, pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi secara online tanpa harus bertemu secara langsung dan memungkinkan seseorang untuk melakukan pembelian dari mana saja dan kapan saja selama terhubung ke internet.

3. Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

a. Definisi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Davis (1989) menjelaskan *Perceived ease of use* didasarkan pada sejauh mana pengguna dapat yakin bahwa sistem mudah digunakan dan bebas tanpa diperlukan usaha keras untuk mempelajarinya. Istilah tersebut sesuai dengan pengertian dari kata “kemudahan” (memudahkan), yang berarti bebas dari kesulitan atau usaha yang besar.¹⁸

Sedangkan menurut Turban et al., jika sistem informasi mudah dipahami dan dioperasikan maka dapat memengaruhi kepercayaan seseorang, tak lain adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*) (dikutip dari Agustiningrum & Andjarwati,. Begitupun menurut Setiawan & Setyawati ketika teknologi baru dianggap mudah

¹⁸ Perwitasari, A. W. *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use of Fintech by Indonesian MSMEs. The Winners*, 78(1), 1–15. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078> (2023).

digunakan dan membutuhkan lebih sedikit waktu dan tenaga, maka teknologi tersebut akan lebih mudah diterima oleh pengguna.

Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) adalah bagaimana seseorang merasa bahwa teknologi bisa memberikan kemudahan saat pemakaian.

b. Kemudahan dalam Perspektif Islam

Kemajuan teknologi yang mudah didapat, dimana saja dan kapan saja dengan akses yang memudahkan dalam membeli suatu produk. Penelitian yang dilakukan Susanto & Savira mengatakan bahwa perkembangan teknologi membuat responden dapat membuka aplikasi *e-commerce & marketplace* kapan saja dengan sangat mudah.¹⁹

c. Kemudahan dalam Mobile Banking

Menurut Hidayah adanya kemudahan dalam bertransaksi pembayaran *online* pada *marketplace* atau *e-commerce* dengan media transaksi yang sering dipakai oleh pengguna *marketplace* saat belanja *online*, yaitu: Transfer bank, *mobile banking*, *internet banking*, dan ATM. *E-wallet*, seperti Shopeepay, Gopay, OVO dan Dana. Kartu Kredit, hingga *Paylater* sampai PayPal yang menjadi pendukung

¹⁹ Susanto, P. A., & Savira, S. I. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 8, No. 9, Agustus 2021. hlm. 131–141.

transaksi *online* hingga luar negeri²⁰. Menghemat waktu hingga penggunaan yang mudah akan berpengaruh besar terhadap keputusan seseorang.

BSI *Mobile* menyediakan berbagai kemudahan yang ingin melakukan transaksi *e-commerce*, yaitu: pembayaran *virtual account*, *QRIS*, pembayaran *E-Wallet*, pembayaran tagihan dan cicilan, notifikasi transaksi real-time, akses, dan keamanan transaksi.

Menurut Purnomo konsumen menemukan *e-commerce* lebih berguna saat mereka merasa mudah untuk berinteraksi dengan situs elektronik dalam mencari informasi produk dan membayarnya secara *online*.²¹ Variabel yang sangat penting dalam penerimaan sistem informasi adalah kemudahan penggunaan karena hal tersebut merupakan dasar dari penggunaan sistem. Suatu sistem yang sulit digunakan akan dianggap kurang bermanfaat oleh pemakai dan berisiko dapat ditinggalkan.

²⁰ N. Hidayah. 9 *Jenis Metode Pembayaran Online Paling Diminati*. Mekari. <https://mekari.com/blog/jenis-metode-pembayaran-online> (2022, June 6).

²¹ Purnomo, H., Risma, & Yusuf, R. Layanan SMS Banking dan Internet Banking Bank Syairah untuk meningkatkan Customer Experience. *Jurnal EKBIS*, Vol. 8, No. 1, Maret 2020. Hlm. 1–10.

4. Kepercayaan (*trust*)

Menurut (Kotler, n. d.) Kepercayaan merupakan bersedianya sebuah perusahaan guna mempunyai ketergantungan dengan para mitra bisnisnya.²² Sejumlah faktor kepercayaan diantaranya kompetensi, integritas dan kebaikan hati dari perusahaan.

Konsep kepercayaan disini adalah kepercayaan pada penyelenggara transaksi *online* (*banking/retailer/produsen*) dan kepercayaan pada kelengkapan fitur layanan yang terdapat di dalam internet banking. Upaya tinggi harus dilakukan oleh penyelenggara transaksi *online* agar kepercayaan konsumen semakin tinggi, karena *trust* mempunyaipengaruh besar pada niat konsumen untuk melakukan transaksi secara *online* atau tidak melakukannya.²³

Menurut Ainscough dan Luckett, sebagaimana dikutip oleh Sauca Ananda Pranidana, perlengkapan untuk interaktivitas nasabah adalah kriteria penting yang menarik perhatian para nasabah di dalam penyampaian jasa internet banking. Gerrad dan Cunningham, pada sumber yang sama, juga mengidentifikasi faktor lain yang penting di dalam kesuksesan *e-banking*, yaitu kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature*

²² Kotler, n. d., “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)”, *Skripsi* ,(Semarang:Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2021). hlm.16.

²³ Gilang Rizky Amijaya, “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)”, *Skripsi* ,(Semarang:Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang 2021). hlm.16

availability) yang berbeda pada website. Fitur (*feature*) berarti hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan internet banking.

Dalam menggunakan BSI *Mobile* transaksi *e-commerce*, terdapat beberapa kepercayaan atau keyakinan penting yang perlu diperhatikan agar transaksi aman dan nyaman, yaitu: keamanan data pribadi, keamanan transaksi, transparansi biaya dan informasi, kemudahan penggunaan, dan dukungan layanan pelanggan.

5. Biaya Admin

BSI *mobile* menjadi salah satu fasilitas *mobile banking* dari Bank Syariah Indonesia. Jadi, setiap nasabah dari bank ini bisa menggunakan fasilitas *mobile banking* tersebut. Salah satu alasan kenapa banyak yang menggunakannya karena fiturnya cukup lengkap. Beberapa fitur unggulan dari aplikasinya seperti pengecekan mutasi atau saldo rekening, transfer ke sesama bank, pembayaran *e-commerce*, pembayaran zakat dan lainnya. Tak terkecuali bisa digunakan untuk membayar tagihan *e-commerce*. Tidak hanya menyediakan fitur lengkap, tapi aplikasi ini juga mempunyai banyak kelebihan. Bahkan, hanya perlu menggunakan Smartphone untuk bisa menggunakan aplikasinya kapanpun dan dimanapun sesuai kebutuhan.

Menurut Rudy Ramawy, mengungkapkan bahwa biaya transaksi adalah salah satu tantangan terbesar bagi perusahaan *e-commerce* di

Indonesia.²⁴ Maka berusaha untuk mengurangi biaya admin dan mempermudah proses bagi penjual dan pembeli.

Sebelum menerapkan cara bayar *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia dan lainnya lewat BSI *Mobile*, terlebih dahulu pastikan sudah mengetahui berapa biaya administrasi yang harus dikeluarkan. Perlu diketahui jika biaya administrasinya hanya Rp 1.000 saja. Biaya yang cukup murah jika dibandingkan menggunakan aplikasi lain sebagai transaksi pembayaran, biasanya biaya admin Rp 2.500. Tentu dengan biaya administrasi yang lebih murah bisa memberikan keuntungan tersendiri. Meskipun begitu, tetap saja layanan yang diberikan BSI *Mobile* untuk pembayaran Shopee tetap maksimal. Jadi, pelayanan yang diberikan sangat baik dan proses cepat, sehingga tidak perlu khawatir lagi.²⁵

Menurut peneliti, Biaya admin dalam transaksi *e-commerce* biasanya mencakup berbagai jenis yang dikeluarkan oleh *platform* atau penyedia layanan untuk memproses transaksi dan memastikan keamana serta kelancaran jual beli, dan biaya-biaya ini dapat bervariasi tergantung penyedia layanan dan jenis transaksi.

²⁴ Rudi Ramawy, *Upaya Untuk Menekan Biaya Transaksi dan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia*. (2019).

²⁵ Reza Ramadhan “ Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas , Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking DSyariah Mandiri Surabaya “ ,*Skripsi* ,(Surabaya: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya 2020), hlm. 42.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian, Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah;

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Jayadi, R., Risnawati, R &Muslimin, M. <i>Journal of Business Administration</i> (JBA) vol. 4 No. 2, Desember 2024	Pengaruh kemudahan dan keamanan transaksi penggunaan <i>Mobile Banking</i> terhadap Keputusan pembelian online.	Hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana persepsi kemudahan (<i>ease of use</i>) dan keamanan transaksi <i>mobile banking</i> memengaruhi Keputusan pembelian online.
2	Ambiko Maranendha Panerang,Nia Utami,Jurnal Ekonomi Sakti,Vol.12,No.1 April 2023	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi e-wallet (studi Link Aja Syariah)	Persepsi Kemanfaatan berpengaruh positif terhadap keputusan pengguna e- wallet link aja syariah.
3	Aulia Tri Rahmacwati Skripsi UIN Raden Mas Said Surakarta (2023)	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan BSI Mobile dalam transaksi <i>e-commerce</i> .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, variabel pengaruh sosial , variabel motivasi hedonis, dan variabel kebiasaan berpengaruh terhadap variabel penggunaan BSI <i>Mobile</i> dalam transaksi <i>e-</i>

			<i>commerce</i>. Sedangkan variabel harapan usaha, variabel kondisi fasilitas , dan variabel nilai harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan BSI <i>Mobile</i> dalam transaksi <i>e-commerce</i>.
4	Raihan Mujadid Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2023)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Menggunakan Kembali <i>Mobile Banking Payment</i> Melalui Kepuasan Nasabah (Studi Analisis Transaksi <i>E-Commerce</i> Nasabah BSI <i>Mobile</i>)	Hasil yang diperoleh adalah kualitas layanan berpengaruh langsung dengan kepuasan nasabah, kualitas layanan berpengaruh langsung dengan minat beli ulang, kepuasan nasabah berpengaruh langsung dengan minat beli ulang, dan kualitas layanan secara tidak langsung berpengaruh dengan Keputusan penggunaan <i>mobile banking</i> dalam transaksi <i>e-commerce</i>. Implikasi yang diharapkan dari penelitian ini ialah untuk meningkatkan kualitas layanan terutama layanan online pada BSI <i>mobile</i> guna meningkatkan

			kepuasan nasabah yang akan mendorong minat beli ulang produk/jasa BSI <i>mobile</i> .
5	Septia Tri Handayani Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta (2023)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan BSI Mobile Sebagai Alat Transaksi <i>Marketplace</i>	Hasil diperoleh bahwa Fitur layanan dan <i>Customer Experience</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan, sedangkan <i>Islamic Financial Literacy</i> , <i>Perceived Ease Of Use</i> , <i>Perceived Usefulness</i> , dan Kelompok Referensi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan.
6	Asep Tio Wahyudi Skripsi IAIN Syekh Nurjati Cirebon (2021)	Pengaruh pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap minat bertransaksi <i>e-commerce</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan variabel pengetahuan dan kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa bertransaksi menggunakan <i>e-commerce</i> . Sedangkan variabel kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh positif terhadap minat bertransaksi <i>e-</i>

			<i>commerce</i> . Secara simultan variabel pengetahuan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan mempengaruhi minat mahasiswa bertransaksi <i>e-commerce</i> sebesar 53%.
--	--	--	--

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa beberapa penelitian terdahulu yang meneliti tentang kemudahan, kepercayaan dan biaya admin dalam transaksi *e-commerce* mendapatkan hasil yang berbeda-beda. Hal tersebut terjadi karena para peneliti sebelumnya menggunakan objek dan tahun penelitian yang berbeda. Serta terdapat beberapa peneliti terdahulu yang memasukkan variabel variabel lain yang mempengaruhi keputusan menggunakan mobile banking dalam transaksi *e-commerce*.

Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Jayadi, R., Risnawati, R & Muslimin adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaanya terletak pada jenis variabel independen (X) yang digunakan pada penelitian Jayadi, R dkk, yaitu pada tempat penelitiannya.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Ambiko Maranendha Panerang, Nia Utami adalah sama-sama menggunakan jenis penelitian

kuantitatif. Perbedaannya terletak pada jenis variabel independen (X) yang digunakan pada penelitian Ambiko Maranendha dkk, yaitu persepsi kemudahan (X1), dan persepsi kepercayaan (X2) . Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel independen (X) kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), dan Biaya Admin (X3).

3. Persamaan penelitian ini dengan Aulia Tri Rahmacwati yaitu sama-sama menggunakan keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking sebagai variabel dependen (Y). Perbedaannya terletak pada lokasi penelitian Aulia Tri Rahmacwati yang dilakukan mahasiswa masyarakat Kota Boyolali. Sedangkan penelitian ini dilakukan di kampus Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
4. Persamaan dengan penelitian Raihan Mujadid yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan sama-sama menggunakan keputusan menggunakan Mobile Banking sebagai variabel dependen (Y). Perbedaan penelitian Raihan Mujadid dengan penelitian ini yakni pada lokasi penelitian yang dimana Raihan Mujadid meneliti mahasiswa yang berada di Jabodetabek. Sedangkan penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Septia Tri Handayani yaitu sama sama menggunakan Kemudahan sebagai variabel independen (X).Perbedaannya yaitu pada lokasi penelitian, Septia Tri Handayani

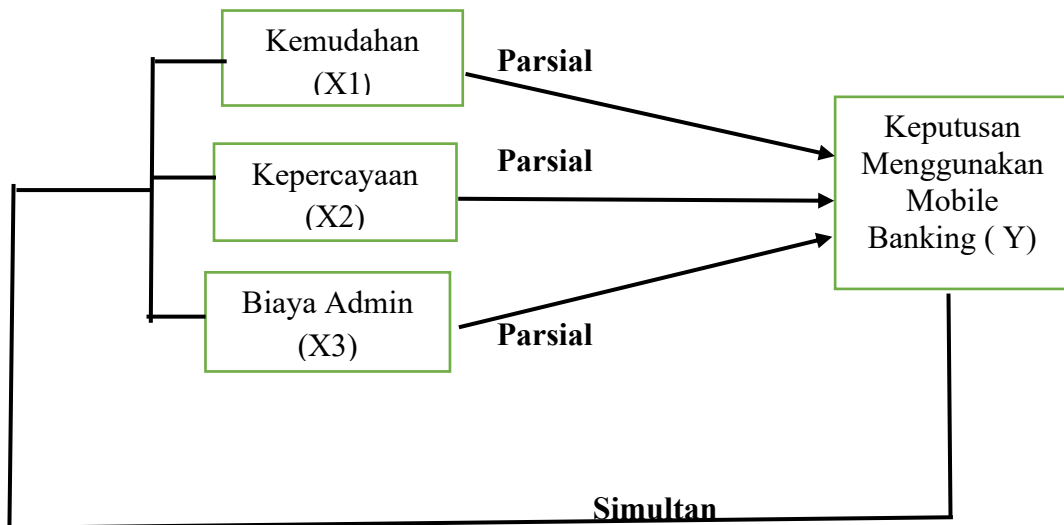
melakukan penelitian pada mahasiswa yang menggunakan mobile banking yang berdomisili di Jakarta, sedangkan peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidempuan.

6. Persamaan penelitian ini dengan Asep Tio Wahyudi adalah yaitu pada jenis penelitian sama-sama menggunakan penelitian kauntitatif, dan populasi untuk penelitian ini juga sama-sama meneliti mahasiswa yang menggunakan mobile banking .Perbedaanya terletak pada lokasi penelitian, penelitian Asep Tio Wahyudi meneliti mahasiswa yang berdomisili di Kota Cirebon sedangkan penelitian ini meneliti pada mahasiswa yang kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA padangsidempuan.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagi faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Berikut berdasarkan yang telah diuraikan sebelumnya maka akan diuji bagaimana, kemudahan (X1), kepercayaan (X2), dan biaya admin (X3) sebagai variable bebas berpengaruh pada keputusan menggunakan *mobile banking* (Y) sebagai variable terikat dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

Gambar 2 Kerangka Pikir



Dari kerangka pikir diatas dijelaskan bahwa kemudahan (X1) secara parsial mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking* , kepercayaan (X2) secara parsial mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking*, biaya admin (X3) secara parsial mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking*. kemudahan (X1) kepercayaan (X2) dan biaya admin (X3) secara simultan mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking*.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu kesimpulan atau pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dan verifikasi. Berdasarkan pembahasan secara teoritis mengenai pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*. Berdasarkan kerangka pikir yang dikemukakan maka hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : Terdapat pengaruh kemudahan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

H₂ : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

H₃ : Terdapat pengaruh biaya admin terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

H₄ : Terdapat pengaruh kemudahan, kepercayaan dan biaya admin terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Waktu dan penelitian untuk proposal Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addari Padangsidimpuan. Waktu penelitian pada bulan Oktober 2024 sampai Mei 2025.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam.²⁶ menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang diteliti dan mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian dapat di tarik

²⁶ Hardani et al, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 45.

kesimpulannya.²⁷ Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa Universitas Islam Negri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan kriteria mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam yang memiliki mobile banking dan *E-Commerce* angkatan 2021 (nim 21). Jumlah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam adalah 406 mahasiswa.²⁸

Metode yang dipakai adalah *Non Probablity sampling* yaitu purposive sampling. *Nonprobablity sampling* adalah teknik yang tidak memberi peluang\kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample.²⁹ *Purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sample yang digunakan dalam penelitian ini yang didasari oleh kriteria atau pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dan dengan menggunakan rumus slovin yakni sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

E = Tingkat Ketelitian

²⁷ Sugiyono, *metode penelitian administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm.76.

²⁸ Sumber : Akademik FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

²⁹ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian*, Jurnal Kajian Islam Kontemporer, Vol.14, No.1, (1 Juni 2023) hlm.30

Jadi pengambilan sampel dapat di lihat perhitungannya sebagai berikut :

$$n = \frac{406}{1 + 406 (0,01)^2}$$

$$n = \frac{406}{4,07}$$

$n = 99,75$ dibulatkan 100

2. Sampel

Sampel secara sederhana dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian.³⁰ Tujuan penting sampel adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati hanya sebagian dari populasi. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan hasil wawancara dan kuesioner yang diambil dari mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN SYAHADA NIM 21 yang dimana dapat kita ketahui ada beberapa sampel yang dapat diperoleh dari fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN SYAHADA berjumlah 406 orang dan berdasarkan perhitungan diatas jumlah minimal sampel yang diambil adalah 100 mahasiswa.

³⁰ Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian, *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol. 14, No.1, Juni 2023, hlm. 15-31.

D. Sumber Data

A. Data Primer

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer adalah data yang diperoleh dari sumber-sumber primer yakni sumber asli yang memuat informasi atau data yang bersangkutan.³¹ Berdasarkan data primer peneliti berupaya mendapatkan langsung dari responden maupun narasumber dengan melakukan penyebaran kuesioner.

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan data dari perpustakaan, buku-buku literatur, dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Angket/Kuesioner

Angket adalah bentuk instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian yang bersifat kuantitatif. Angket yang dibagikan kepada responden secara langsung. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang telah dilengkapi dengan alternatif jawabannya, yaitu: Sangat baik, Baik sekali, Baik, Sangat tidak baik, dan

³¹Muhammad Syakroni, *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. (Cirebon: PT. Ar Rad Pratama, 2023), hlm. 26.

Tidak baik. Penyebaran terhadap jawaban responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh kuesioner. Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel kemudahan, kepercayaan, dan biaya admin mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan skor 1 sampai 5.

Adapun pengukuran skala Ordinal dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel III. 1 Pengukuran Skala Likert

No	Keterangan (Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2018)

Tabel III. 2 Indikator Kemudahan

No.	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Kemudahan	Efisiensi Waktu	1, 2 dan 3
		Kemudahan Proses	4, 5 dan 6
		Peningkatan Produktivitas	7, 8 dan 9

Tabel III. 3 Indikator Kepercayaan

No.	Variabel X ₂	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Kepercayaan	Keamanan Data Pribadi	1, 2 dan 3

		Kepercayaan Pada Bank	4, 5 dan 6
--	--	-----------------------	------------

Tabel III.4 Indikator Biaya Admin

No.	Variabel X ₃	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Biaya Admin	Keputusan Membeli	1, 2 dan 3
		Menggunakan Jasa	4, 5 dan 6

Tabel III.5 Indikator Keputusan Menggunakan Mobile Banking

No.	Variabel Y	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Keputusan Menggunakan Mobile Banking	Kemudahan Pengguna	1, 2 dan 3
		Manfaat Yang Dirasakan	4, 5 dan 6
		Keamanan Dalam Menggunakan	7, 8 dan 9

b. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dilakukan dengan berhadapan langsung dengan yang di wawancarai . Pada peneilitian ini peneliti melakukan wawancara langsung dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nim 21 UIN SYAHADA Padaangsidimpuan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu proses lanjutan dari proses pengolahan data untuk melihat bagaimana mnegintreprestasikan data sehingga data tersebut dapat memberikan suatu kesimpulan atau memberikan jawaban atas permasalahan yang diteliti. Dapat disimpulkan

teknik analisis data adalah suatu teknik dalam penelitian yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Analisis data dilakukan dapat menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS versi 23 dan teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji *Validitas*

Alat ukur dikatakan efektif apabila dapat mengukur apa yang dibutuhkan.³² Uji validasi digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian digunakan dengan aplikasi SPSS versi 23. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument penelitian di katakana valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian di katakana invalid.

2. Uji *Reliabilitas*

Konsep dalam *reliabilitas* adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran yang digunakan bersifat tetap terpercaya serta terbebas dari alat pengukuran (*meansurement error*). Sedangkan uji *realibilitas* instrument untuk mengetahui apakah data yang dihasilkan dapat diandalkan atau bersifat tangguh. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

³² Nur Kholis “ Perbankan Dalam Era Baru Digital ” *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12, No. 1, Juli 2020, hlm. 81.

- 1) Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$ maka instrument di katakan reliabel.
- 2) Jika nilai *cronbach's alpha* $< 0,6$ maka instrument di katakana tidak reliabel.

G. Uji Asumsi Klasik

Uji ini pada dasarnya untuk melihat ada tidaknya signifikan antara variabel dan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan lainnya:

1. Uji Normalitas

Dalam analisis regresi ini nilai residual atau eror harus memiliki distribusi normal. Pengujian terhadap uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan analisis grafik menggunakan uji normal menggunakan uji normal *probability plot*, jika sebaran data mengikuti atau merapat garis diagonalnya, maka disimpulkan bahwa residual memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikoleneartitas

Dalam penelitian ini pengujian terhadap ada tidaknya gejala multikoleneartitas di antara variabel bebas (X_j) dilakukan dengan menggunakan indikator VIF (*Variance Inflation Factor*). Nilai indikator VIF yang tinggi menunjukkan bahwa gejala multikoloneartitas yang terjadi diantara variabel bebas semakin kuat.³³ Jika nilai VIF > 10 maka

³³ Budi Darma, *Statitiska Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia, 2021), hlm. 7.

variabel bebas yang di uji mengalami multikolinearitas yang kuat dengan variabel bebas yang lain. Kriteria yang di gunakan adalah:

- a. Jika nilai korelasi $> 0,10$ maka H_0 ditolak, sehingga ada masalah multikolinieritas.
- b. Jika nilai korelasi $< 0,10$ maka H_0 diterima, sehingga tidak ada masalah multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini pengujian terhadap ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode analisis grafik.³⁴ Berdasarkan uji tersebut ,jika *scatterplot* membentuk pola tertentu maka hal ini menunjukkan uji ada masalah heteroskedostisitas pada model regresi. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak maka hal ini menunjukkan tidak mengalami heteroskedastisitas. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai $p\text{ value} \geq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai $p\text{ value} \leq 0,05$ maka H_0 ditolak, yang artinya terdapat masalah heteroskedastisitas.³⁵

³⁴ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Depuplish, 2019), hlm.122.

³⁵ Echo Perdana K., *Olah Data Skripsi Dengan SPSS22*, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Feubb, 2016), hlm. 47.

H. Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan permasalahan masalah dari tujuan penelitian ini, model penelitian yang digunakan untuk menggambarkan garis besar penelitian untuk proposal ini adalah: Jika nilai *Jarque Bera* (J-B) $\leq \chi^2$ tabel dan *probability* $\geq 0,05$ (lebih besar dari 5%), maka data dapat dikatakan terdistribusi normal.

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Menggunakan Mobile Banking

X1 = Kemudahan

X2 = Kepercayaan

X3 = Biaya Admin

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Disturbance Error

I. Uji Determinasi (*adjusted R²*)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kecocokan ataupun ketepatan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi mendeskripsikan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq$ dapat diartikan sebagai berikut:

1. $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan ada antara X dan
2. $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y.³⁶

J. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, pengujian dapat dilakukan dengan menggunakan:

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji-t digunakan untuk mengetahui apakah beberapa variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap suatu variabel. Uji-t juga menunjukkan bagaimana pengaruh variabel penjelas mempengaruhi penjelasan variabilitas dependen individu. Kriteria tes adalah sebagai berikut.

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a di terima.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a di tolak.³⁷

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian signifikan persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1, X_2 , dan X_3) secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Ketentuan dalam uji F adalah.

- a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_a di tolak.
- b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a di terima.³⁸

³⁶Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 184.

³⁷Suhadi dan Siti Madrika Zein, *Path Analysis Faktor Dominan Penentu Rasa Percaya Diri*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2022), hlm. 81.

³⁸*Ibid*, hlm. 81.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan merupakan suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variabel dari variabel independen. Bila angka koefisien determinasi dalam model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat atau nilai semakin mendekati 100% berarti semakin besar pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.³⁹

³⁹ Rahmad Solling Hamid et al., *Panduan Praktis Ekonometrika: Konsep Dasar dan Penerapan Menggunakan Evies10* (Banten: CV.AA. Rizky, 2020) hlm.136

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Bank Syariah Indonesia

BSI (Bank Syariah Indonesia) pada 1 Februari 2021 3 bank syariah bergabung menjadi satu entitas, Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia (BSI). Memiliki visi menjadi 10 Top Global *Islamic* bank, BSI memiliki misi, diantaranya:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b. Menjadikan bank besar yang memberikan nilai tertinggi kepada para pemegang saham
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Bank BSI memiliki salah satu produk diantaranya, aplikasi *mobile banking* yang bernama BSI *Mobile*. Aplikasi tersebut memuat fitur sebagai berikut:

Gambar 3 Fitur BSI Mobile



Sumber: (BSI,2021)

Fitur lainnya sebagai berikut:

- a. Al Quran Dan Hikmah
- b. Atm Cabang
- c. Informasi
- d. Kotak Masuk
- e. Manajemen Kartu
- f. Info Kurs
- g. Media Sosial
- h. Aktivasi
- i. Minta Kode Aktivasi Ulang
- j. Pengaturan Kata Sandi
- k. Ubah Pin
- l. Ubah Bahasa
- m. Email
- n. Tentang Aplikasi
- o. Jadwal Sholat

2. *E-COMMERCE*

Berkaitan dengan transaksi *marketplace*, BSI Mobile memiliki beberapa fitur diantaranya: Transfer, Pembayaran, Pembelian, Q-RIS, Top-up (dompet digital/*e-wallet e-money*, Linkaja, GoPay, OVO, shopee pay), *E-commerce* (pembayaran atau pengisian top-up *marketplace*

terkait seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, BUMDES dan lain sebagainya).

BSI *Mobile banking* berperan penting bagi perkembangan *e-commerce*. Dengan adanya BSI *Mobile* diharapkan dapat memudahkan transaksi *e-commerce* dengan efektif dan efisien serta dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Pengguna BSI *Mobile* untuk *e-commerce* berperan sebagai alat pembayaran dalam transaksi. Dalam transaksinya tak jarang BSI *Mobile* sering mengalami kendala seperti error, kegagalan transfer, kegagalan pembayaran saat transaksi *e-commerce*. Selain itu, menu-menu pada BSI *Mobile* yang sangat detail dan harus menginput kata sandi ketika akan membuka sub menu membuat nasabah merasa kesulitan. Penggunaan BSI *Mobile* untuk transaksi *e-commerce* dipengaruhi oleh banyak faktor. Salah satunya faktor fitur layanannya, promosi, biaya admin, dan *brand image*, karena indikator pada faktor-faktor ini dapat menjelaskan dan mengukur niat dan perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi (BSI *Mobile*).

3. Sejarah Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berdiri pada tahun 2012. FEBI (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam) berdiri bersamaan proses alih status STAIN padangsidimpuan menjadi IAIN Padangsidempuan berdasarkan peraturan presiden 52 tahun 2013 tentang perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Padangsidimpuan menjadi

Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan yang ditandatangani oleh presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 30 Juli 2013. Perpres ini diundang pada 6 Agustus oleh menteri hukum dan ham RI, Amir Syamsuddin pada lembaga negara Republik Indonesia tahun 2013 nomor 122.⁴⁰

Tindak lanjut dari Perpres tersebut adalah lahirnya peraturan menteri republik Indonesia no. 93 tahun 2013 tentang menteri agama tentang organisasi dan tata kerja IAIN Padangsidempuan yang diundang di Jakarta pada 12 Desember 2013 oleh menteri hukum dan HAM, Amir Syamsuddin pada lembaga negara republik Indonesia tahun 2013 nomor 1459. Melalui peningkatan status ini, IAIN Padangsidimpuan memiliki empat fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Fakultas Syariah Dan Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, dan satu program Pascasarjana universitas Islam negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan dipercaya untuk melaksanakan arahan kementerian agama untuk mewujudkan integrasi dan interkoneksi dan menghilangkan dikotomi ilmu pengetahuan, meskipun terbatas pada ilmu ilmu sosial dan humaniora. FEBI merupakan fakultas termuda dari segi pengalaman meskipun ke empat fakultas sama lahirnya, sebab tiga merupakan peningkatan status dari jurusan yang ada ketika masih di bawah bendera STAIN.⁴¹

⁴⁰ Tim Penyusunan Buku Panduan Akademik, *Profil Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan tahun 2016* (Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan, 2018), hlm 3.

⁴¹ Tim Penyusunan Buku Panduan Akademik, hlm 15

Pada hari Rabu, 16 Maret 2022 Dr. Darwis Harahap, S.Hi., M.Si dilantik oleh rektor IAIN Padangsidempuan Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang menjadi dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, dekan dibantu oleh Dr Abdul Nasser Hasibuan, M. Si selaku wakil dekan bidang akademik dan pengembangan lembaga. Ibu Rukiyah, S.E., M.Si selalu wakil dekan bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan dan ibu Dra.Hj.Replita, M.Si., selaku wakil dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama.⁴²

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary padangsidempuan saat ini memiliki lima program studi yaitu Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah, Akuntansi Syariah, Manajemen Keuangan Syariah, Manajemen Bisnis Syariah dan Business Digital. Program studi Perbankan Syariah telah ada sejak tahun 2010 dan program studi Ekonomi Syariah pada tahun 2012. Berdasarkan batasan masalah yang buat di atas penelitian ini hanya dibatasi pada fakultas ekonomi dan bisnis. Visi dan misi fakultas ekonomi dan bisnis islam universitas syekh ali hasan ahmad addary padangsidempuan.

⁴² Humas IAIN Padangsidempuan, “Rektor mari kita bangun team work dan menumbuhkan *sense of belonging*”, www.iain-padangsidempuan.ac.id.

a. Visi

Menjadi pusat pengembangan ekonomi dan bisnis islam berbasis teoantropoekosentris (Al-Ilahiyah, Al-Insaniyah, Al-Kauniah) dan berperan aktif di tingkat internasional.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan berkualitas secara konsep dan praktis yang berbasis teoantropoekosentris.
- 2) Mengembangkan jaringan kerjasama dengan pemangku kepentingan Internasional dan nasional.
- 3) Membangun sistem manajemen dengan tata kelola dan budaya mutu yang baik berbasis teknologi informasi dan komunikasi.⁴³

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia % Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan Usia % jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan. Hal ini disajikan dalam melalui tabel berikut.

Tabel IV. 1 Karakteristik Berdasarkan Usia

No	USIA	Frekuensi	Persentase
1.	22 Tahun	68	68%
2.	23 Tahun	32	32%
	Total	100	100%

⁴³ <https://febi.uinsyahada.ac.id/febi/visi-dan-misi-fakultas-ekonomi-dan-bisniNs-islam>

Tabel IV. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	58	58%
2.	Perempuan	42	42%
	Total	100	100%

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit daripada perempuan dengan *persentase* 38%. Sedangkan responden perempuan sebanyak 62%. Artinya perempuan lebih dominan menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce*.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Jadi pengujian validitas itu mengacu pada sejauh mana suatu instrumen dalam menjalankan fungsi. Perhitungan validitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 23 dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $N-2$, N adalah jumlah sampel dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan atau

indikator tersebut dinyatakan valid.⁴⁴ Pada penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 orang dan besarnya df dapat dihitung $100-2 = 98$ dengan $\alpha = 0,05$, maka dapat dilihat r_{tabel} dari 100 adalah 0,1966. Berikut adalah hasil uji validitas penelitian.

Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas X1

Correlations

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,566	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = 98$. Pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1966$.	Valid
X1.2	0,616		Valid
X1.3	0,577		Valid
X1.4	0,645		Valid
X1.5	0,568		Valid
X1.6	0,654		Valid
X1.7	0,583		Valid
X1.8	0,597		Valid
X1.9	0,518		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 untuk variabel kemudahan adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1966 dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

⁴⁴ Slamet Widodo et al., *Metode Penelitian* (Pangkal Pinang: CV Science Techno Direct, 2023), hlm. 17

Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas X2*Correlations*

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,806	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 88$. Pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1966$	Valid
X2.2	0,829		Valid
X2.3	0,774		Valid
X2.4	0,781		Valid
X2.5	0,684		Valid
X2.6	0,742		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepercayaan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1966 dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas X3*Correlations*

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,789	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = 88$. Pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1966$	Valid
X2.2	0,775		Valid
X2.3	0,600		Valid
X2.4	0,649		Valid
X2.5	0,556		Valid
X2.6	0,697		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel biaya admin adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$

dimana r_{tabel} adalah 0,1966 dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Y

Correlations

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,639	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = 88$. Pada taraf signifikan 5 % sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1996$.	Valid
Y.2	0,641		Valid
Y.3	0,386		Valid
Y.4	0,404		Valid
Y.5	0,298		Valid
Y.6	0,581		Valid
Y.7	0,515		Valid
Y.8	0,510		Valid
Y.9	0,529		Valid

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-9 untuk variabel pengaruh kemudahan adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1966 dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

b. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliable apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N Of Items</i>
Kemudahan	0,765	9
Kepercayaan	0,860	6

Biaya Admin	0,760	6
Keputusan Menggunakan	0,633	9

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Dari hasil table diatas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel kemudahan adalah $0,765 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kemudahan (X1) adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepercayaan adalah $0,860 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada kepercayaan (X2) adalah reliabel. Dan *Cronbach's Alpha* untuk variabel biaya admin (X3) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variable Keputusan menggunakan adalah $0,633 > 0,60$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variable Keputusan menggunakan reliabel.

2. Uji asumsi klasik

a. Uji normalitas

Pengujian normalitas dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogoro-Smirnov*. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansinya $> 0,05$.

Tabel IV. 8 Hasil Uji Normalitas***One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test***

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.08737913
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.059
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 ^c

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal ini diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,168 data berdistribusi normal jika signifikansinya $> 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan jika nilai VIF < 10 . Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV. 9 Hasil Uji Multikolinearitas*Coefficients^a*

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kemudahan	.990	1.010
Kepercayaan	.935	1.069
Biaya Admin	.943	1.061

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel nilai tolerance variabel kemudahan, kepercayaan dan biaya admin lebih besar dari 0,1 yaitu (0,990, 0,935, dan $0,943 > 0,1$) serta nilai VIF kurang dari 10 yaitu (1,010, 1,069, $1,061 < 10$) maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinelaritas pada variabel independen.

c. Uji Heteroskedastisitas

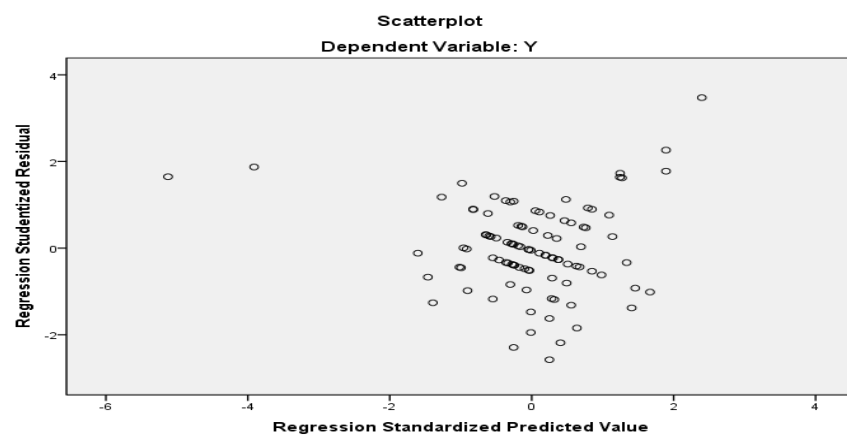
Dalam penelitian ini untuk menguji apakah model regresi terhindar dari tanda-tanda heteroskedastiditas atau tidak, diuji dengan menggunakan *Uji Glejser*. Suatu penelitian dianggap terhinda dari gejala heteroskedastisitas apabila memiliki nilai sig $> 0,05$. Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel IV. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas*Coefficients^a*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	18.612	2.684		6.934	.000
Kemudahan	.139	.056	.220	2.458	.016
Kepercayaan	.103	.065	.144	1.571	.120
Biaya Admin	.353	.088	.366	3.999	.000

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel di atas diketahui setiap variabel bebas memiliki nilai sig > 0,05 yaitu variabel kemudahan (X1) memiliki nilai sig 0,016, untuk variabel kepercayaan (X2) memiliki nilai sig 0,120 dan untuk variabel biaya admin (X3) memiliki nilai sig 0,000 sehingga dapat disimpulkan jika model regresi dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4. Scatterplot

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil uji heterokedastitas pada gambar diatas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastiditas.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Tujuan uji regresi linear berganda adalah untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini untuk menilai pengaruh variabel kemudahan (X1), kepercayaan (X2) dan biaya admin (X3) terhadap variabel keputusan menggunakan Mobile Banking (Y). Berikut temuan dari hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

Tabel IV. 11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.612	2.684		6.934	.000
X1	.139	.056	.220	2.458	.016
X2	.103	.065	.144	1.571	.120
X3	.353	.088	.366	3.999	.000

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil pengukuran regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas, maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 18.612 + 0,139 + 0,103 + 0,353 + 2,684$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Koefisien kemudahan (X1) sebesar 0,139 artinya apabila tingkat variabel meningkat 1 satuan maka keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-commerce* sebesar 0,139 atau 13,9%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-commerce*.
- b. Koefisien kepercayaan (X2) sebesar 0,103 artinya apabila tingkat variabel meningkat 1 satuan maka keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-commerce* sebesar 0,103 atau 10,3%. artinya tidak terjadi pengaruh kepercayaan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-commerce*.
- c. Koefisien biaya admin (X3) sebesar 0,353 artinya apabila tingkat variabel meningkat 1 satuan maka keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi biaya admin sebesar 0,353 atau 35,3%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara biaya admin dan keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam transaksi *e-*

commerce.

- d. Nilai *standardized error* (kesalahan standar estimasi) diketahui yaitu sebesar 2,684. Artinya, semakin nilai standar *error* tersebut mendekati angka 0, berarti model semakin akurat untuk digunakan dalam memprediksi persamaan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis dalam penelitian ini benar atau tidak. Dengan kriteria nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ begitu pula sebaliknya.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan SPSS versi 23 maka didapatkan hasil sebagai berikut.

Tabel IV. 12 Hasil Uji Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.612	2.684		6.934	.000
X1	.139	.056	.220	2.458	.016
X2	.103	.065	.144	1.571	.120
X3	.353	.088	.366	3.999	.000

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil dari uji parsial (t) pada table di atas dapat dilihat bahwa t_{tabel} diperoleh dari rumus $df = (n-k-1)$., $df = (100-3-1) = 96$, hasil yang diperoleh dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil dari t_{hitung} dapat dilihat sebagai berikut:

- 1) Kemudahan (X1) terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 2,458 dengan nilai sig 0,016. Hal ini menunjukkan jika $t_{\text{hitung}} (2,458) > t_{\text{tabel}} (1,661)$ dan nilai sig $0,002 < 0,05$, maka H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

- 2) Kepercayaan (X2) terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 1,571 dengan nilai sig 0,120. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (1,571) < t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig 0,002 $< 0,05$, maka H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

3) Biaya Admin (X3) terhadap Keputusan menggunakan mobile banking (Y)

Diperoleh nilai t_{hitung} 3,999 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (3,999) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig 0,002 $< 0,05$, maka H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial biaya admin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

b. Uji Simultan (Uji F)

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

Tabel IV. 13 Hasil Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	137.202	3	45.734	10.178	.000 ^b
Residual	431.358	96	4.493		
Total	568.560	99			

Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Berdasarkan hasil dari uji simultan (uji F) pada tabel di atas diperoleh F_{hitung} sebesar 10,178 dan F_{tabel} dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan $df_1 = n - k - 1$ dan $df_2 = n - k - 1$ ($100 - 3 - 1$) = 96 yang diperoleh nilainya sebesar 2,47. Hal ini menunjukkan jika F_{hitung} ($10,178$) > F_{tabel} ($2,47$) dan nilai sig $0,001 < 0,05$, maka H_1 , H_2 , dan H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemudahan, kepercayaan dan biaya admin secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen diukur dengan menggunakan koefisien determinasi. Uji koefisien determinasi dalam penelitian dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kemudahan (X_1), dan biaya admin (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*

(Y) sedangkan kepercayaan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking*. Berikut hasil pengujian menggunakan SPSS versi 23.

Tabel IV. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.491 ^a	.241	.218	2.120

. Sumber : Hasil Output SPSS Versi 23 (Data Diolah)

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R square (koefisien determinasi) adalah . Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi dan emosional berkontribusi terhadap keputusan sebesar 24,1%. Sedangkan 75,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti memperkirakan untuk menggunakan variabel keamanan, promosi, dan dukungan sosial kepada peneliti selanjutnya agar lebih banyak yang menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Dalam Transaksi *E-Commerce*. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan SPSS versi 23 diketahui bahwa:

1. Pengaruh Kemudahan Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Bersumber dari hasil analisis data dan hipotesis dalam penelitian dimaa diperoleh nilai t_{hitung} 2,458 dengan nilai sig 0,016. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (2,458) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan Hasil penelitian bahwa kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce* yang dimana hasil penelitian yang di lapangan bahwa kemudahan antarmuka dan navigasi dalam aplikasi *mobile banking* mendorong konsumen untuk lebih percaya diri dalam menggunakannya untuk melakukan transaksi *e-commerce*. Yang dimana semakin sederhana dan intuitif penggunaannya, semakin besar kemungkinan konsumen memilih metode ini.

Hasil penelitian juga dapat dibuktikan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce* yaitu dari hasil wawancara di lapangan bahwa Mobile banking memberikan kemudahan akses kapan saja dan dimana saja, yang mempengaruhi Keputusan konsumen dalam transaksi di *e-commerce*, dan dengan adanya fitur-fitur tambahan yang terdapat di dalam aplikasi *mobile banking* memungkinkan konsumen lebih mudah menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

Hal ini sejalan juga dengan penelitian Ambiko Maranendha

Panerang dan Nia Utami yang menyatakan kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna e-wallet link aja syariah (*Mobile Banking*). Aksesnya yang mudah merupakan manfaat yang terdapat di *Mobile Banking*. Tidak hanya itu, manfaat yang dapat dirasakan nasabah yaitu transfer antar bank, pengisian saldo, pembayaran dan lain sebagainya. Manfaat pada BSI *Mobile* dapat dirasakan secara langsung oleh penggunaanya. Sehingga nasabah sudah yakin untuk memutuskan bertransaksi menggunakan BSI *Mobile*.⁴⁵

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Bersumber dari hasil analisis data dan hipotesis dalam penelitian dimana diperoleh nilai t_{hitung} 1,571 dengan nilai sig 0,120. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (1,571) < t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

Hasil penelitian diatas dibuktikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce* yaitu dari hasil wawancara di lapangan bahwa, lebih banyak pengguna lebih mempertimbangkan kemudahan dan kecepatan transaksi saat menggunakan *mobile banking* dibandingkan rasa percaya secara mendalam terhadap *system mobile banking* tersebut.

⁴⁵ Ambiko Maranendha Panerang, Nia Utami, Jurnal Ekonomi Sakti, Vol. 12, No. 1 April 2023

Berdasarkan hasil wawancara , ditemukan bahwa dalam penggunaan mobile banking dalam transaksi *e-commerce*, Sebagian berpengetahuan awam tidak dapat memahami tentang penggunaan *mobile banking* sehingga menyebabkan kepercayaan terhadap pengambilan Keputusan mengenai penggunaanya bukanlah sebuah faktor menjadi sebuah penentu dalam pengambilan Keputusan.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepercayaan *Mobile Banking* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asep Tio Wahyudi yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce*.⁴⁶

3. Pengaruh Biaya Admin Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Dalam Transaksi *E-Commerce*.

Bersumber dari hasil analisis data dan hipotesis dalam penelitian dimana diperoleh nilai t_{hitung} 3,999 dengan nilai sig 0,120. Hal ini menunjukkan jika $t_{hitung} (3,999) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai sig $0,002 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial biaya admin berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*.

⁴⁶ Asep Tio Wahyudi. Pengaruh, pengetahuan, kepercayaan, dann kemudahan pengguna mobile banking terhadap minat bertransaksi *e-commerce*. *Skripsi IAIN Syech Nurjati Cirebon* (2021).

Hasil dari penelitian dapat dibuktikan bahwa biaya admin berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce* yaitu hasil dari wawancara di lapangan bahwa dalam transaksi yang dilakukan baik dalam nominal tinggi maupun kecil dapat menjadi sebuah hambatan dikarenakan adanya biaya admin. Bagi konsumen cenderung mencari alternatif dalam pembayaran tanpa biaya atau murah, karna dalam penggunaan transfer bank melalui penggunaan *e-commerce* menawarkan biaya admin yang murah dan bebas biaya.

Berdasarkan hasil wawancara ditemukan bahwa banyak konsumen mengambil Keputusan penggunaan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce* dapat dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai layanan yang diberikan. Dalam penggunaanya memiliki kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi sehingga konsumen cenderung menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

Dalam sebuah lembaga keuangan syariah tidak terlepas dengan biaya, salah satunya yaitu biaya administrasi. Keputusan menggunakan layanan perbankan syariah nasabah tergantung pada tinggi atau rendahnya biaya administrasi yang diberikan. penelitian ini berbeda dengan pernyataan yang menyatakan bahwa, semakin tinggi biaya administrasi semakin rendah tingkat keputusan menggunakan layanan perbankan syariah dalam transaksi *e-commerce*, dan semakin rendah biaya administrasi semakin tinggi tingkat keputusan menggunakan

layanan perbankan syariah dalam transaksi *e-commerce*.⁴⁷

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rudy Ramawi yang dimana biaya admin berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan menggunakan mobile banking dalam melakukan transaksi *e-commerce*.⁴⁸ Yang dimana menyatakan bahwa biaya admin adalah salah satu tantangan terbesar bagi Perusahaan *e-commerce* di Indonesia.

4. Pengaruh Kemudahan (X1), Kepercayaan (X2), dan Biaya Admin (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dengan nilai 0,000. Akan tetapi dalam uji parsial variabel kemudahan (X2) tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan *mobile banking* dalam transaksi *e-commerce*.

⁴⁷ Supriyono, Akuntansi Biaya Edisi 2, (Yogyakarta: BPFE, 1999), Hlm. 185.

⁴⁸ Rudi Ramawy, Upaya Untuk Menekan Biaya Transaksidan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia. (2019).

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan bab IV, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce* dengan nilai $t_{hitung} (2,458) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai $sig\ 0,002 < 0,05$, maka H_1 diterima.
2. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce* dengan nilai $t_{hitung} (1,571) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai $sig\ 0,002 < 0,05$, maka H_2 diterima.
3. Berdasarkan uji parsial (uji t) pada variabel kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *Mobile Banking* dalam melakukan transaksi *e-commerce* dengan nilai $t_{hitung} (3,999) > t_{tabel} (1,661)$ dan nilai $sig\ 0,002 < 0,05$, maka H_3 diterima.

B. SARAN

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah dijabarkan peneliti di atas maka terdapat beberapa saran yang peneliti sampaikan.

1. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan ajar dalam proses belajar di perkuliahan dalam meningkatkan pengetahuan mahasiswa terkait dengan pengaruh manfaat, fitur layanan, dan *customer experience*

dalam keputusan penggunaan BSI *Mobile* dalam transaksi *marketplace*.

2. Bagi Perusahaan

BSI disarankan lebih memperhatikan kemudahan, kepercayaan serta biaya admin bagi yang menggunakan *Mobile Banking* serta BSI harus bisa menjaga amanah dan kepercayaan nasabah dengan mendengarkan keluhan kesah yang ada.

3. Bagi Pembaca

Kepada pembaca skripsi ini diharapkan dapat memberikan saran demi kesempurnaan skripsi ini, karena keterbatasan bahan materi seperti buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penulisan skripsi ini dan skripsi ini juga diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dunia ekonomi bagi pembaca.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas ruang lingkup penelitian, baik dari segi variabel maupun wilayah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi. 2020, “Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha.”, Vol 17, No 3, *Jurnal Manajemen Bisnis*, ,hlm 317–325.
- Ambiko Maranendha Panerang, Nia Utami, *Jurnal Ekonomi Sakti*, Vol. 12, No. 1 April 2023
- Amiwijaya, Gilang Rizky, 2021. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)”, *Skripsi* ,(Semarang:Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang).
- Amin, Nur Fadilah, G., Sabaruddin, A., Kamaluddin,(2023), Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian, *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, Vol.14, No.1, Juni, hlm.15-31
- Asep Tio Wahyudi. (2021) Pengaruh, pengetahuan, kepercayaan, dann kemudahan pengguna mobile banking terhadap minat bertransaksi *e-commerce*. *Skripsi IAIN Syech Nurjati Cirebon*.
- Budaya, Indra, 2019. ”Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Salon Feri Pelaminan”, *Jurnal Administrasi Nusantara (JAN)*, No.2
- Darma, Budi, 2021. *Statitiska Penelitian Menggunakan SPSS*, (Jakarta: Guepedia).
- Davis, F. D. 1989. “ Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology.” *MIS Quartelt*, 13(3).
- Duli, Nikolaus, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Depuplish).
- Hardani et al, 2020, *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Yogyakarta:CV.Pustaka Ilmu).
- Hidayah, N. 2022. 9 Jenis Metode Pembayaran Online Paling Diminati. Mekari. <https://mekari.com/blog/jenis-metode-pembayaran-online>.
- <https://play.google.com>, Diakses pada tanggal 12 September 2024, jam 14.00 WIB.
- Humas IAIN Padangsidimpuan, “Rektor mari kita bangun team work dan menumbuhkan *sense of belonging*”, www.iain-padangsidimpuan.ac.id,.
- Ibid,hlm.7
- Indra Muda, Sawal Siregar, DKK, Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam, *Wawancara* (Padangsidimpuan, 28 Desemeber 2024, pukul 13.30 WIB)
- Kamarudin, dkk. 2022, Pengaruh Faktor Kemudahan, Keamanan, dan Resiko Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Nasabah BRI Kabupaten Mamuju). *FORECASTING: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, Vol. 1, No. 2.

- K. Echo Perdana, 2016. *Olah Data Skripsi Dengan SPSS22*, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Feubb).
- Khotijah, Nur, dkk. 2022. Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Pengguna Mobile Banking. *El-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, Vol. 3, No. 2,
- K. Philip, dkk, 2012, *Marketing Management*, ed. 14 (Upper Saddle River, NJ: Pearson Education,), hlm. 172-178.
- Kotler, n. d. 2021. “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Bca)”, *Skripsi* ,(Semarang:Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang).
- Naomi, Pube Emma, dkk., “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan,Kualitas Informasi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dala Memilih Berbelanja Secara Online (Studi Pada Penggunaan Situs Jual Beli Online Kaskus. Co. Id Di Purworejo)
- Nugroho, Mahfud. dkk, 2019. “Analisis Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Layanan Perbankan Syariah” *Jurnal of Economics and Banking*, 1, No. 2
- Perwitasari, A. W, 2023. *The Effect of Perceived Usefulness and Perceived Easiness towards Behavioral Intention to Use of Fintech by Indonesian MSMEs. The Winners*, 78(1), 1–15. <https://doi.org/10.21512/tw.v23i1.7078>.
- Populix, *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps*, 2022
- Purnomo, H., Risma, dkk, 2020. Layanan SMS Banking dan Internet Banking Bank Syairah untuk meningkatkan Customer Experience. *Jurnal EKBIS*, 8(1).
- Ramadhan, Reza, 2020 “ Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kredibilitas , Dan Persepsi Harga Pada Niat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking DSyariah Mandiri Surabaya “ ,*Skripsi* ,(Surabya:Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya), hlm.42.
- Ramawy, Rudi, 2019. *Upaya Untuk Menekan Biaya Transaksu dan Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Digital Indonesia*.
- S. Andri Chesario, 2020 “ Pengaruh Kepercayaan , Persepsi Kegunaan , Persepsi Kemudahan , dan Persepsi Risiko Terhadap Perilaku Penggunaan E- Commerce “ *Skripsi*, (Malang: Universitas Brawijaya Malang).
- Shabur Miftah Maulana dkk, 2019. “ Implementasi E-Commerce Sebagai Media Penjualan Online (Studi Kasus Pada Toko Pastbrik Kota Malang) “ *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 29, No. 1
- Slamet Widodo et al., (2023) *Metode Penelitian* (Pangkal Pinang: CV Science Techno Direct.
- Sugiyono, 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta,).
- Sugiyono, 2017. *metode penelitian administrasi*, (Bandung: Alfabeta).

Sumber : Akademik FEBI UIN SYAHADA Padangsidempuan.

Susanto, P. A., & Savira, S. I, 2021. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9),.

Syakroni, Muhammad, 2023. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. (Cirebon: PT. Ar Rad Pratama).

Tim Penyusunan Buku Panduan Akademik, (2018) *Profil Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan tahun 2016* (Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan).

Venkatesh, V., Thong, J.Y.L., & Xu, X., (2018) *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A synthesis and the road ahead*. Journal of the Association for Information Systems.

Zein, Suhadi, Siti Madrika, 2022. *Path Analysis Faktor Dominan Penentu Rasa Percaya Diri*, (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi).

Lampiran 1: Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Ari Apriansyah
2. Tempat/Tanggal Lahir : Sidorukun, 15 April 2003
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Anak ke : 1
6. Alamat : Desa Sidorukun, Kec. Pangkatan, Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatera Utara.
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/HP : 0823-6404-4524
9. Email : apriansyahari14@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SD Negeri 116244 Sidorukun (2009-2015)
2. SMP Negeri 1 Bilah Hulu (2015-2018)
3. SMK Negeri 1 Bilah Hulu (2018-2021)
4. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2021-2025)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Supriadi. B
2. Pekerjaan Ayah : Karyawan Swasta
3. Nama Ibu : Eliyawati
4. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Desa Sidorukun, Kec. Pangkatan, Kab. Labuhanbatu, Prov. Sumatera Utara.

IV. PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3.49
Judul Skripsi : Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi *E-Commerce*.

V. MOTTO HIDUP

“Buatlah Setiap Hari Menjadi Hari Yang Berarti”



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2358 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/10/2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 Oktober 2024

Yth. Bapak/Ibu;

1. Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E : Pembimbing I
2. Sulaiman Efendi, M.E : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Ari Apriansyah
NIM : 2140100046
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi E-Commerce.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan
Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197905252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 1463 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

26 Mei 2025

Yth; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidempuan.
Di Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa nama yang tersebut dibawah ini:

Nama : Ari Apriansyah
NIM : 2140100046
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi E-Commerce**". Dengan ini kami mohon kepada Bapak/Ibu untuk memberi izin riset dan data pendukung sesuai dengan judul di atas.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan



Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP. 197906252006041004

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Isla



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733

Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 158/ /Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/06/2025

02 Juni 2025

Sifat : Biasa

Hal : Surat Keterangan Selesai Riset

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si

NIP : 197905252006041004

Pangkat/Gol.Ruang : Pembina Tk.I /IVb

Jabatan : Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Ari Apriansyah

NIM : 2140100046

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar yang bersangkutan telah melakukan riset di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan pada tanggal 05 Mei 2025 s.d 26 Mei 2025 dengan Judul **"Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi E-Commerce"**.

Demikian surat ini disampaikan untuk dapat dipergunakan seperlunya.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si
NIP- 197905252006041004

Tembusan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

"FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE".

Yang disusun oleh:

Nama : Ari Apriansyah

Nim : 21 401 00046

Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan: Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan masukan dan penelitian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidempuan, Mei 2025
Validator



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP: 199302272019031008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEMUDAHAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Efisiensi Waktu	1, 2 dan 3			
Kemudahan Proses	4, 5 dan 6			
Peningkatan Produktivitas	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP: 199302272019031008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPERCAYAAN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *cheklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Keamanan Data Pribai	1, 2 dan 3			
Kepercayaan Pada Bank	4, 5 dan 6			

Catatan:

Padangsidimpuan, Mei 2025

Validator



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP: 199302272019031008

LEMBAR VALIDASI

ANGKET BIAYA ADMIN

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Keputusan Membeli	1, 2 dan 3			
Menggunakan Jasa	4, 5 dan 6			

Catatan:

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung. M.E
NIP: 199302272019031008

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUTUSAN MENGGUNAKAN
MOBILE BANKING

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kemudahan Pengguna	1, 2 dan 3			
Manfaat Yang Dirasakan	4, 5 dan 6			
Keamanan Dalam Menggunakan	7, 8 dan 9			

Catatan:

Padangsidempuan, Mei 2025

Validator



Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E
NIP: 199302272019031008

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Mahasiswa/mahasiswi Pengguna Aplikasi Mobile Banking dan *E-COMMERCE*.

Di- Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dengan hormat, dengan segala kerendahan hati dan harapan peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Angket ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi yang merupakan syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi dalam bidang perbankan syariah, dengan judul **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Transaksi *E-COMMERCE*"**

Atas kesediaan Saudara/i meluangkan waktu membantu saya mengisi angket ini saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr.Wb

Hormat saya, Juni 2025



Ani Apryansyah
NIM. 21 401 00046

ANGKET PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN DALAM MENGUNAKAN MOBILE BANKING DALAM TRANSAKSI *E-COMMERCE*

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan yang tersedia.
2. Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda *check list* (☐) pada kolom yang sudah disediakan. Setiap butir pernyataan berikut terdiri dari 5 pilihan jawaban. Adapun makna dari jawaban tersebut adalah:

No.	Tanggapan Responden	Skor	
		Positif	Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

3. Pertanyaan ini semata untuk tujuan penelitian

III. Daftar Pernyataan

A. Angket Variabel Independen (X1) Kemudahan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Efisiensi Waktu					
1.	Saya merasa waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi <i>e-commerce</i> sangat singkat.					
2.	Proses pembayaran melalui mobile banking dalam <i>e-commerce</i> berlangsung cepat tanpa perlu menunggu lama.					
3.	Saya dapat menyelesaikan transaksi <i>e-commerce</i> kapan saja tanpa harus meluangkan waktu khusus berkat mobile banking.					
	Kemudahan Proses					
4.	Aplikasi mobile banking memiliki tampilan antarmuka yang mudah dipahami oleh pengguna.					
5.	Fitur-fitur mobile banking mudah ditemukan dan digunakan saat bertransaksi online.					
6.	Mobile banking tidak memerlukan banyak waktu untuk menyelesaikan transaksi <i>e-commerce</i> .					
	Peningkatan Produktivitas					
7.	Saya merasa lebih efisien dalam bertransaksi <i>e-commerce</i> sejak menggunakan mobile banking.					
8.	Penggunaan mobile banking dapat mempercepat proses transaksi yang saya lakukan di platform <i>e-commerce</i> .					
9.	Mobile banking membuat proses belanja online saya menjadi lebih praktis dan produktif.					

B. Angket Variabel Indepeden (X2) Kepercayaan

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Keamanan Data Pribadi					
1	Saya merasa aman memberikan informasi pribadi saat menggunakan mobile banking dalam transaksi <i>e-commerce</i> .					
2	Saya percaya bahwa aplikasi mobile banking dapat melindungi data pribadi saya dengan baik.					
3.	Saya percaya bahwa sistem keamanan mobile banking mampu mencegah akses pihak ketiga yang tidak berwenang.					
	Kepercayaan Pada Bank					
4.	Saya percaya sistem mobile banking bank saya jarang mengalami gangguan saat digunakan untuk transaksi <i>e-commerce</i> .					
5.	Saya percaya bank saya memberikan informasi yang jelas dan transparan mengenai biaya dan kebijakan transaksi <i>e-commerce</i> melalui mobile banking.					
6.	Saya percaya reputasi bank saya sebagai lembaga keuangan terpercaya memengaruhi keputusan saya menggunakan mobile banking dalam transaksi <i>e-commerce</i> .					

C. Angket Variabel Dependen (X₃) Biaya Admin

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Keputusan Membeli					
1	Biaya administrasi dalam transaksi menggunakan mobile banking mempengaruhi keputusan saya melakukan pembelian di platform <i>e-commerce</i> .					
2	Semakin tinggi biaya administrasi yang dikenakan, semakin besar kemungkinan saya untuk mencari alternatif pembayaran lain selain mobile banking.					
3	Saya cenderung memilih <i>e-commerce</i> yang menawarkan biaya admin yang lebih murah untuk transaksi melalui mobile banking.					
	Menggunakan Jasa					
4.	Biaya admin yang dikenakan tidak mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan mobile banking.					
5.	Biaya admin relatif lebih murah dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya.					
6.	Saya lebih memilih mobile banking meskipun ada biaya admin karena kenyamanan yang ditawarkan.					

D. Angket Variabel Dependen (Y) Keputusan Menggunakan Mobile Banking

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
	Kemudahan Pengguna					
1	Saya merasa mudah intik menemukan fitur pembayaran di aplikasi mobile banking saat bertransaksi di <i>e-commerce</i> .					
2	Saya merasa mudah untuk melakukan pembayaran langsung menggunakan mobile banking dalam melakukan transaksi <i>e-commerce</i> tanpa kendala.					
3	Mobile banking memberikan informasi yang jelas mengenai transaksi <i>e-commerce</i> yang saya lakukan.					
	Manfaat Yang Dirasakan					
4.	Saya merasa penggunaan mobile banking mempermudah proses transaksi <i>e-commerce</i> .					
5.	Mobile banking mempercepat waktu tang dibutuhkan dalam menyelesaikan pembayaran online.					
6.	Monile banking membantu saya memantau dan mengontrol pengeluaran selama bertransaksi di <i>e-commerce</i> .					
	Keamanan Dalam Menggunakan					
7.	Saya percaya bahwa informasi pribadi terlindungi saat menggunakan mobile banking untuk transaksi <i>e-commerce</i> .					
8.	Saya merasa aman saat melakukan transaksi <i>e-commerce</i> dalam menggunakan mobile banking.					
9.	Saya tidak khawatir data transaksi saya disalah gunakan saat menggunakan mobile banking untuk melakukan transaksi <i>e-commerce</i> .					

Padangsidimpuan, Mei 2025
Responden

.....

Lampiran 3: Jawaban Responden

Variabel Kemudahan (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total Skor
1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
2	2	2	3	4	3	3	3	4	4	28
3	4	4	4	4	4	3	2	2	3	30
4	4	4	5	5	4	3	3	3	3	34
5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	33
6	4	4	5	4	3	3	2	4	4	33
7	3	4	4	4	4	3	2	4	4	32
8	4	4	4	4	4	2	2	4	4	32
9	4	4	4	4	3	3	3	4	3	32
10	4	4	3	4	2	2	3	4	4	30
11	4	4	4	4	3	3	4	4	2	32
12	3	3	3	3	4	4	4	4	3	31
13	4	4	3	3	4	5	4	4	3	34
14	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
15	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
16	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
17	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
18	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
19	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
20	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
21	3	4	4	4	4	4	5	4	4	36
22	3	2	2	3	3	2	3	3	2	23
23	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
24	2	3	3	3	4	3	3	4	3	28
25	4	4	3	4	4	4	4	3	3	33
26	3	3	3	2	4	3	3	4	3	28
27	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
28	5	3	4	4	4	3	4	3	3	33
29	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
30	4	4	4	4	4	3	2	3	2	30
31	3	4	2	3	3	2	4	3	3	27
32	4	5	3	5	4	5	5	4	4	39
33	3	4	5	3	4	3	4	4	4	34
34	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
35	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
36	4	4	4	3	3	3	3	4	4	32
37	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
38	4	4	4	3	3	2	2	3	3	28
39	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
40	3	4	3	4	4	4	3	4	3	32

41	4	2	4	4	3	2	4	4	3	30
42	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
43	5	4	4	4	4	3	3	3	3	33
44	4	4	4	4	3	2	2	3	4	30
45	4	4	4	3	3	2	2	3	3	28
46	3	2	2	4	4	4	4	2	3	28
47	4	3	4	4	3	3	2	4	4	31
48	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
49	4	4	4	5	3	3	2	4	4	33
50	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33
51	4	3	4	4	4	3	4	4	2	32
52	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
53	4	4	3	3	3	3	4	4	2	30
54	4	4	4	4	3	4	4	4	2	33
55	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
56	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
57	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
58	4	4	4	4	3	3	4	2	4	32
59	3	4	3	4	4	4	3	3	2	30
60	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32
61	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
62	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
63	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
66	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
67	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
68	4	4	3	4	4	3	4	5	2	33
69	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
71	3	3	4	3	3	2	2	3	3	26
72	4	4	5	4	3	3	3	3	2	31
73	4	3	4	3	3	3	3	4	4	31
74	4	4	3	4	2	3	3	3	2	28
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
76	3	4	3	4	4	2	3	2	4	29
77	4	4	4	3	3	2	2	3	4	29
78	4	4	4	4	3	2	3	4	3	31
79	5	4	4	4	4	2	2	3	3	31
80	4	4	5	4	3	2	2	4	4	32
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
82	3	4	4	4	4	3	3	3	4	32
83	3	3	4	4	3	3	2	3	4	29
84	4	4	3	2	4	3	3	2	3	28
85	3	3	4	4	4	3	3	3	3	30
86	4	3	4	3	4	3	3	4	3	31

87	4	3	4	4	3	2	2	3	3	28
88	3	3	4	2	4	4	3	4	4	31
89	4	4	3	5	3	4	2	4	3	32
90	4	3	3	4	3	3	3	4	4	31
91	4	4	4	4	3	3	4	4	2	32
92	3	3	3	3	4	4	4	4	3	31
93	4	4	3	3	4	5	4	4	3	34
94	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
95	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
96	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
97	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
98	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
99	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
100	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32

Variabel Kepercayaan (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total Skor
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	4	4	3	4	23
6	5	5	5	4	4	5	28
7	5	5	4	4	4	5	27
8	5	5	4	4	4	5	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	3	3	4	4	22
11	2	2	2	2	2	2	12
12	3	3	4	4	3	4	21
13	3	4	4	4	3	4	22
14	3	3	3	4	4	4	21
15	4	4	4	3	4	4	23
16	4	4	3	4	4	4	23
17	3	3	4	4	4	4	22
18	4	4	3	4	4	3	22
19	4	3	3	4	4	4	22
20	4	3	4	4	4	3	22
21	4	4	4	4	4	3	23
22	3	3	3	3	3	3	18
23	4	5	4	4	3	4	24
24	3	3	4	4	3	3	20
25	2	2	2	2	2	2	12
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	3	3	4	4	22
28	4	4	3	4	4	3	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	3	3	4	4	4	3	21
31	4	3	4	4	4	3	22
32	2	2	2	2	2	2	12
33	4	4	3	3	3	3	20
34	4	4	4	4	3	4	23
35	3	4	4	4	3	4	22
36	3	3	4	4	3	4	21
37	3	3	4	4	4	4	22
38	4	4	4	4	3	3	22
39	3	4	3	4	4	4	22
40	4	4	4	4	3	3	22
41	3	4	4	4	4	3	22
42	4	4	4	4	3	2	21

43	4	4	4	4	3	3	22
44	4	4	4	4	3	3	22
45	4	4	4	3	3	3	21
46	4	4	4	4	3	2	21
47	4	4	4	4	4	3	23
48	4	5	4	4	3	2	22
49	5	4	5	4	3	3	24
50	4	4	4	4	3	2	21
51	3	3	4	4	4	4	22
52	2	2	3	4	3	3	17
53	4	4	4	4	4	3	23
54	4	4	5	5	4	3	25
55	3	3	4	4	4	4	22
56	4	4	5	4	3	3	23
57	3	4	4	4	4	3	22
58	4	4	4	4	4	2	22
59	4	4	4	4	3	3	22
60	4	4	3	4	2	2	19
61	4	4	4	3	3	3	21
62	3	3	4	4	4	3	21
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	3	3	4	4	3	21
65	3	4	4	4	4	3	22
66	4	4	4	3	3	3	21
67	3	3	4	4	3	3	20
68	4	4	3	4	3	3	21
69	3	4	4	4	3	3	21
70	4	4	4	4	3	4	23
71	3	4	4	4	4	4	23
72	3	2	2	3	3	2	15
73	3	4	3	4	3	4	21
74	2	3	3	3	4	3	18
75	4	4	3	4	4	4	23
76	3	3	3	2	4	3	18
77	2	2	2	2	2	2	12
78	5	3	4	4	4	3	23
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	3	23
81	3	4	2	3	3	2	17
82	2	2	2	2	2	2	12
83	3	4	5	3	4	3	22
84	3	2	3	2	3	2	15
85	4	4	4	4	3	4	23
86	4	4	4	3	3	3	21
87	4	3	4	3	3	4	21
88	4	4	4	3	3	2	20

89	3	3	3	4	4	4	21
90	3	4	3	4	4	4	22
91	2	2	2	2	2	2	12
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	3	4	23
94	4	4	3	4	3	4	22
95	4	4	4	4	3	4	23
96	5	5	5	4	4	5	28
97	5	5	4	4	4	5	27
98	5	5	4	4	4	5	27
99	4	4	4	4	4	4	24
100	4	4	3	3	4	4	22

Variabel Biaya Admin (X3)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total Skor
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	3	4	23
4	4	4	3	4	3	4	22
5	4	4	4	4	3	4	23
6	5	5	5	4	4	5	28
7	5	5	4	4	4	5	27
8	5	5	4	4	4	5	27
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	3	3	4	4	22
11	4	4	3	4	4	4	23
12	4	4	4	4	4	3	23
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	3	3	3	4	21
15	4	5	4	4	4	5	26
16	4	4	3	4	4	5	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	4	4	4	5	26
20	4	4	3	4	3	4	22
21	3	4	2	3	3	2	17
22	4	5	3	5	4	5	26
23	3	4	5	3	4	3	22
24	5	5	5	5	4	5	29
25	4	4	4	4	3	4	23
26	4	4	4	3	3	3	21
27	4	3	4	3	3	4	21
28	4	4	4	3	3	2	20
29	3	3	3	4	4	4	21
30	3	4	3	4	4	4	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	3	4	23
34	4	4	3	4	3	4	22
35	4	4	4	4	3	4	23
36	5	5	5	4	4	5	28
37	5	5	4	4	4	5	27
38	5	5	4	4	4	5	27
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	3	3	4	4	22
41	3	3	4	4	4	3	21
42	4	4	4	4	3	4	23

43	3	3	3	3	3	4	19
44	4	4	3	4	4	4	23
45	4	4	4	4	3	4	23
46	4	4	4	4	3	4	23
47	4	4	4	4	4	3	23
48	4	4	4	4	3	4	23
49	3	3	3	3	3	4	19
50	4	4	3	3	4	4	22
51	4	4	4	4	3	3	22
52	3	3	3	3	4	4	20
53	4	4	3	3	4	5	23
54	4	4	4	4	3	4	23
55	4	4	4	3	4	4	23
56	3	3	4	4	4	3	21
57	3	3	3	4	4	4	21
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	3	4	3	4	4	22
60	3	3	4	4	3	3	20
61	4	3	4	4	4	4	23
62	3	3	4	4	3	4	21
63	3	4	4	4	3	4	22
64	3	3	3	4	4	4	21
65	4	4	4	3	4	4	23
66	4	4	3	4	4	4	23
67	3	3	4	4	4	4	22
68	4	4	3	4	4	3	22
69	4	3	3	4	4	4	22
70	4	3	4	4	4	3	22
71	4	4	4	4	4	3	23
72	4	4	4	4	3	5	24
73	4	5	4	4	3	4	24
74	3	3	4	4	3	3	20
75	4	4	4	4	3	4	23
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	3	3	4	4	22
78	4	4	3	4	4	3	22
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	3	4	4	4	3	21
81	2	2	2	2	2	2	12
82	3	4	4	4	3	4	22
83	4	4	3	3	3	3	20
84	4	4	4	4	3	4	23
85	3	4	4	4	3	4	22
86	3	3	4	4	3	4	21
87	3	3	4	4	4	4	22
88	4	4	4	4	3	3	22

89	3	4	3	4	4	4	22
90	4	4	4	4	3	3	22
91	2	2	2	2	2	2	12
92	4	4	4	4	3	2	21
93	4	4	4	4	3	3	22
94	4	4	4	4	3	3	22
95	4	4	4	3	3	3	21
96	4	4	4	4	3	2	21
97	4	4	4	4	4	3	23
98	4	5	4	4	3	2	22
99	5	4	5	4	3	3	24
100	4	4	4	4	3	2	21

Variabel Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Total Skor
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	35
4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
6	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
7	5	5	4	4	4	5	5	4	4	40
8	5	5	4	4	4	5	4	4	4	39
9	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
10	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33
11	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
12	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
15	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
16	4	4	3	4	4	5	4	4	3	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
18	4	4	4	4	4	5	4	4	3	36
19	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
20	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
21	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
23	3	4	3	3	3	4	4	3	3	30
24	4	4	4	3	3	4	4	4	2	32
25	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
26	4	4	4	3	4	4	3	4	3	33
27	5	4	4	4	4	4	4	4	3	36
28	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
29	4	4	4	4	4	5	5	4	4	38
30	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
31	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
32	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
33	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
34	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
35	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
36	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
37	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
38	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
39	4	4	3	4	4	3	4	5	2	33
40	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33
41	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
42	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33

43	4	4	4	4	3	5	4	4	2	34
44	4	5	4	4	3	4	4	4	2	34
45	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
47	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
48	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33
49	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
50	4	4	4	4	4	4	3	4	2	33
51	3	3	4	4	4	3	4	4	3	32
52	4	3	4	4	4	3	4	4	2	32
53	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
54	4	4	3	3	3	3	4	4	2	30
55	4	4	4	4	3	4	4	4	2	33
56	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
57	3	3	4	4	3	4	4	4	3	32
58	3	3	4	4	4	4	3	3	3	31
59	4	4	4	4	3	3	4	2	4	32
60	3	4	3	4	4	4	3	3	2	30
61	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32
62	3	3	4	4	3	4	3	2	4	30
63	3	4	3	2	3	3	4	3	3	28
64	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
65	4	3	3	4	3	3	3	3	3	29
66	3	3	4	3	4	3	3	3	3	29
67	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
68	4	3	4	4	4	3	3	3	2	30
69	3	2	4	4	3	4	3	3	3	29
70	3	4	4	3	3	3	4	4	3	31
71	3	4	4	3	3	4	4	4	3	32
72	3	3	4	4	4	3	4	4	3	32
73	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
74	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30
75	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
76	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
77	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
78	4	4	4	4	4	3	3	3	2	31
79	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
80	3	3	3	3	3	4	4	3	2	28
81	4	4	3	3	4	4	3	3	2	30
82	4	4	4	4	3	3	4	4	2	32
83	3	3	3	3	4	4	4	4	3	31
84	4	4	3	3	4	5	4	4	3	34
85	4	4	4	4	3	4	4	4	3	34
86	4	4	4	3	4	4	3	3	3	32
87	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
88	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32

89	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
90	4	3	4	3	4	4	4	4	3	33
91	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
92	4	3	4	4	4	4	3	3	4	33
93	3	3	4	4	3	4	4	3	3	31
94	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
95	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
96	4	4	4	3	4	4	4	3	3	33
97	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
98	3	3	4	4	4	4	4	4	3	33
99	4	4	3	4	4	3	4	5	2	33
100	4	3	3	4	4	4	4	4	3	33

Lampiran 4: Uji validitas

Uji Validitas X1

Correlations

[illegible]

X1.8	Pearson Correlation	.163	.186	.269**	.297**	.171	.388**	.400**	1	.289**	.597**
	Sig. (2-tailed)	.105	.064	.007	.003	.089	.000	.000		.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.0	Pearson Correlation	.162	.221*	.342**	.314**	.265**	.143	.058	.289**	1	.518**
	Sig. (2-tailed)	.106	.027	.000	.001	.008	.156	.566	.004		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.566**	.616**	.577**	.645**	.568**	.654**	.583**	.597**	.518**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas X2

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation	1	.765**	.578**	.508**	.390**	.450**	.806**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.765**	1	.589**	.559**	.384**	.499**	.829**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.578**	.589**	1	.630**	.409**	.391**	.774**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.508**	.559**	.630**	1	.502**	.476**	.781**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.390**	.384**	.409**	.502**	1	.543**	.684**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.450**	.499**	.391**	.476**	.543**	1	.742**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL Pearson Correlation	.806**	.829**	.774**	.781**	.684**	.742**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas X3

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL
X3.1 Pearson Correlation	1	.760**	.458**	.350**	.269**	.380**	.789**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.007	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2 Pearson Correlation	.760**	1	.371**	.405**	.220*	.390**	.775**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.028	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3 Pearson Correlation	.458**	.371**	1	.450**	.103	.138	.600**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.308	.170	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4 Pearson Correlation	.350**	.405**	.450**	1	.267**	.306**	.649**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.002	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5 Pearson Correlation	.269**	.220*	.103	.267**	1	.441**	.556**
Sig. (2-tailed)	.007	.028	.308	.007		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6 Pearson Correlation	.380**	.390**	.138	.306**	.441**	1	.697**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.170	.002	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL Pearson Correlation	.789**	.775**	.600**	.649**	.556**	.697**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 5: Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	9

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	6

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	6

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	9

Lampiran 6: Dokumentasi Responden Mengisi Kuesioner









