

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**



SKRIPSI

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

Oleh

**NUR ALAINA NASUTION
NIM. 21 401 00030**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2025

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**



SKRIPSI

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

Oleh

**NUR ALAINA NASUTION
NIM. 21 401 00030**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM
MENGUNAKAN *MOBILE BANKING*
(Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**



SKRIPSI

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

Oleh

NUR ALAINA NASUTION

NIM. 21 401 00030

PEMBIMBING I

*acc lanjut
Sidang 10-6-25.*
Dr. Rukiah, M.Si
NIP. 197603242006042002

PEMBIMBING II

*Acc Skripsi
Selasa, 27-05-2025*
Arti Damisa, M.E.I
NIP. 198912202023212039

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 Sititang Kota Padangsidimpuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
An. Nur Alaina Nasution

Padangsidimpuan, 11 Juni 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperti halnya terhadap skripsi an **Nur Alaina Nasution** yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**", 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 Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsi-nya ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

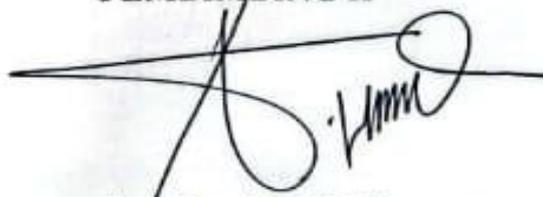
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Dr. Rukiah, M.Si
NIP. 197603242006042002

PEMBIMBING II



Ardi Damisa, M.E.I
NIP. 198912202023212039

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : NUR ALAINA NASUTION
NIM : 21 401 00030
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Nomor 341 Pasal 14 ayat 12 Tahun 2023

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 14 Ayat 12 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 11 Juni 2025
Saya yang Menyatakan,



NUR ALAINA NASUTION
NIM. 21 401 00030

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

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NUR ALAINA NASUTION

NIM : 21 401 000

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Padangsidimpuan
Pada Tanggal: 11 Juni 2025

Menyatakan,



NUR ALAINA NASUTION
NIM. 21 401 00030



**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 : NUR ALAINA NASUTION
NIM : 21 401 00030
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Fakto-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)

Ketua

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Sekretaris

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

Anggota

Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIDN. 2024037601

Syarifah Isnaini, M.E
NIDN. 2012089103

Nando Fahrizal, M.E
NIDN.2019109402

Nur Mutiah, M.Si
NIDN. 2023069204

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu, 18 Juni 2025
Pukul : 10.00-12.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 76,5 (B)
Indeks Predikat Kumulatif : 3,57
Predikat : Pujian



**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
Faximile(0634) 24022 Website. uinsyahada.ac

PENGESAHAN

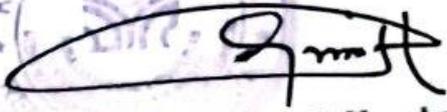
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah
Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar
Gelugur Rantau Prapat)

Nama : NUR ALAINA NASUTION
Nim : 21 401 00030

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

Padangsidempuan, 01 Juli 2025




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

ABSTRAK

Nama : Nur Alaina Nasution
NIM : 21 401 00030
Judul : **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**

Mobile banking telah menjadi salah satu inovasi penting dalam sektor perbankan yang memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan perbankan melalui perangkat *mobile*. *Mobile banking* menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan kapan saja dan di mana saja seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, serta akses informasi rekening secara real-time tanpa harus datang langsung ke kantor cabang. Namun, pedagang di pasar Gelugur tingkat penggunaan *mobile banking* masih tergolong rendah dan belum optimal. Banyak nasabah yang masih lebih memilih datang langsung ke kantor cabang untuk melakukan transaksi, seperti setor tunai, tarik tunai, dan transfer dan tingkat adopsi layanan *mobile banking* di Pasar Gelugur, masih dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, seperti rasa keamanan, tingkat kepercayaan terhadap sistem, dan reputasi bank itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di pasar gelugur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan data primer sebagai sumber data. Penentuan sampel menggunakan *random sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan karakteristik atau kelompok tertentu dalam populasi berdasarkan rumus Yamane. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan angket kepada 80 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23. Teknik analisis data mencakup uji instrumen (uji validitas, reliabilitas, dan uji analisis deskriptif), uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas), regresi linear berganda serta uji hipotesis (uji t/parsial, uji F/simultan dan uji R²/koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keamanan, kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dengan variasi sebesar 77,5% dan 22,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata Kunci: **Keamanan, Kepercayaan, Reputasi, Keputusan Nasabah**

ABSTRACT

Name : Nur Alaina Nasution
Reg. Number : 21 401 00030
Thesis Title : *Factors Affecting Customer Decisions in Using Mobile Banking
(Case Study of Gelugur Market Rantau Prapat)*

Mobile banking has become one of the important innovations in the banking sector that allows users to access banking services through mobile devices. Mobile banking offers convenience in conducting financial transactions anytime and anywhere, such as checking balances, transferring funds, paying bills, and accessing account information in real-time without having to visit a branch office. However, the level of mobile banking usage among traders in Gelugur Market is still relatively low and not optimal. Many customers still prefer to visit the branch office directly to conduct transactions, such as cash deposits, cash withdrawals, and transfers, and the level of adoption of mobile banking services in Pasar Gelugur is still influenced by various considerations, such as a sense of security, trust in the system, and the bank's reputation itself. This research aims to identify the factors influencing customers' decisions to use mobile banking in Pasar Gelugur. The method used in this research is descriptive quantitative with primary data as the data source. The determination of the sample used random sampling, which is a technique for selecting samples randomly without considering specific characteristics or groups within the population based on the Yamane formula. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires to 80 respondents. Data processing was carried out using SPSS version 23. Data analysis techniques include instrument tests (validity test, reliability test, and descriptive analysis test), classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), multiple linear regression, and hypothesis tests (t/partial test, F/simultaneous test, and R²/determination coefficient test). The research results show that the variables of security and trust have a positive impact on customer decisions with a variation of 77.5%, and the remaining 22.5% is influenced by other variables not discussed in this study.

Keywords: *Security, Trust, Reputation, Customer Decisions*

الملخص

الاسم نور العينا ناسوتيون

رقم التسجيل ٢١٤٠١٠٠٠٣٠

العنوان العوامل التي تؤثر على قرارات العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول دراسة حالة سوق جيلوغور رانتاوبرابات

أصبحت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول واحدة من أهم الابتكارات في القطاع المصرفي التي تتيح للمستخدمين الوصول إلى الخدمات المصرفية من خلال الأجهزة المحمولة. توفر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الراحة في إجراء المعاملات المالية في أي وقت وفي أي مكان مثل التحقق من الأرصدة وتحويل الأموال ودفع الفواتير والوصول إلى معلومات الحساب في الوقت الفعلي دون الحاجة إلى الحضور مباشرة إلى المكتب الفرعي. ومع ذلك، لا يزال المتداولون في سوق جيلوغور يستخدمون الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بمستوى منخفض وليس الأمثل. لا يزال العديد من العملاء يفضلون القدوم مباشرة إلى المكتب الفرعي لإجراء المعاملات، مثل الإيداع النقدي والسحب النقدي والتحويلات، ولا يزال مستوى تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في سوق جيلوغور يتأثر باعتبارات مختلفة، مثل الشعور بالأمان ومستوى الثقة في النظام وسمعة البنك نفسه. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل التي تؤثر على قرارات العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في سوق جيلوغور. المنهج المستخدم في هذا البحث هو المنهج الوصفي الكمي مع استخدام البيانات الأولية كمصدر للبيانات. وقد تم تحديد العينة باستخدام أسلوب أخذ العينات العشوائية، أي أسلوب اختيار العينة الذي تم تنفيذه عشوائياً دون النظر إلى خصائص أو مجموعات معينة في السكان استناداً إلى صيغة يامان. تم تنفيذ أسلوب جمع البيانات من خلال توزيع استبيانات على 80 مبحوثاً. وشملت تقنيات تحليل البيانات اختبارات الأدوات (اختبارات الصلاحية والموثوقية والتحليل الوصفي)، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية (اختبارات المعيارية وتعدد التغاير واختبارات التغاير في F/ الجزئية، واختبارات t اختبارات التباين)، واختبارات الانحدار الخطي المتعدد واختبار الفرضيات أظهرت النتائج أن متغيرات الأمان والثقة كان لها تأثير إيجابي. (معامل التحديد R²/ المتزامنة واختبارات على قرارات العملاء بنسبة 77.5%، بينما تأثرت النسبة المتبقية (22.5%) بمتغيرات أخرى لم تناقشها هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الأمان، الثقة، السمعة، قرار العميل

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Di BSI KC Rantau Prapat (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Prof. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary 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, dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dra. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Bapak/Ibu dosen juga staf dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, M.E.I selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak serta Ibu dosen UIN Syahada Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidimpuan.
6. Kepada Bapak Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Labuhanbatu dan Para Pedagang Pasar Gelugur Rantauprapat yang telah mendukung dan membantu saya dalam penelitian ini sehingga peneliti bisa sampai pada tahap skripsi.
7. Teristimewa kepada Ayahanda Azwaruddin Nasution dan Ibunda Darmiah tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya.

Memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini. Memberikan do'a yang tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan beliau dengan surga Firdaus-Nya. Serta Abang Saya Ramli Nasution dan Kakak saya Fatma Wati Nasution, dan tak lupa kepada Kakak Ipar saya Nur Hajjah Hasibuan dan Abang Ipar saya Indra yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, do'a dan kasih sayang penuh kepada peneliti. Keponakan-keponakanku tersayang, yang dengan tawa dan keceriaan mereka menjadi sumber kebahagiaan dan penyemangat tersendiri di tengah kesibukan peneliti, karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi peneliti.

8. Teruntuk sahabat saya Marisa Fitri dan Cindi Laura selaku rekan seperjuangan yang selalu menyemangati saya dan yang turut berpartisipasi dan menemani hari-hari saya sekaligus membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada teman sekelas saya PS 2 yang sudah menemani saya selama kurang lebih 4 tahun terakhir ini dalam masa perkuliahan sampai sekarang memberikan dukungan semangat dan motivasi bagi saya mencapai gelar sarjana.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.
11. Terakhir, penulis ucapanan terimakasih kepada penulis skripsi ini yaitu diri saya sendiri, Nur Alaina Nasution anak bungsu yang sedang melangkah menuju kesuksesan untuk membahagian kedua orangtua dan keluarga tercinta.

Disini akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti sehingga tidak menutupi kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, harapan penelitian semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Mei 2025
Peneliti,

NUR ALAINA NASUTION
NIM 21401 00030

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. KONSONAN

Pedoman 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 translitasinya dengan huruf latin

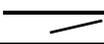
Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	Ha	ḥ	Ha (Dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Kh dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zer
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titil di bawah)
ض	dad	d	e (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	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	Haw
ء	Hamza	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dommah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

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

Haerkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dengan garis di atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و.....	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* 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 akhirkatanya *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 sistem 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 diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ۱ . 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*, mau pun *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 harkat 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 koresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PENYESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	viii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	12
C. Batasan Masalah.....	12
D. Rumusan Masalah	13
E. Definisi Operasional Variabel	13
F. Tujuan Penelitian	16
G. Kegunaan Penelitian	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	17
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	17
a. Pengertian (TAM)	17
b. Variabel Teori (TAM).....	18
2. Keputusan Nasabah.....	19
a. Pengertian Keputusan Nasabah.....	19
b. Pandangan Islam Tentang Keputusan	20
c. Faktor-Faktor Keputusan	21
d. Indikator Keputusan	22

3. Keamanan	23
a. Pengertian Keamanan.....	23
b. Faktor yang Mempengaruhi Keamanan	25
c. Teknologi Pendukung Keamanan	26
d. Indikator Keamanan	28
4. Kepercayaan.....	29
a. Pengertian Kepercayaan.....	29
b. Faktor Kepercayaan	30
c. Indikator Kepercayaan	31
5. Reputasi	32
a. Pengertian Reputasi.....	32
b. Pandangan Islam Mengenai Reputasi	34
c. Indikator Reputasi	35
6. <i>Mobile Banking</i>	36
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	36
b. Manfaat <i>Mobile Banking</i>	37
c. Perlindungan Hukum Pengguna <i>Mobile Banking</i>	38
d. Langkah Mengaktifkan <i>Mobile Banking</i>	40
e. Jenis Transaksi <i>Mobile Banking</i>	40
B. Penelitian Terdahulu.....	41
C. Kerangka Pikir	47
D. Hipotesis Penelitian	47

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian	49
B. Jenis Penelitian	49
C. Populasi	49
D. Sampel	50
E. Instrumen Pengumpulan Data	51
1. Angket (kuesioner)	51
2. Dokumentasi	52
F. Metode Analisis Data	52
1. Uji Validitas	52
2. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Analisis Deskriptif	53
G. Teknik Analisis Data	54
1. Uji Asumsi Klasik.....	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Multikolinieritas	54
c. Uji Heteroskedastisitas	55
2. Analisis Regresi Linear Berganda	55
3. Uji Hipotesis	56
a. Uji t (Parsial)	56
b. Uji F (Simultan)	56
c. Uji R^2 (Koefisien Determinasi).....	57

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
1. Letak Geografis Pasar Gelugur	59
2. Sejarah Pasar Gelugur	60
3. Peran Pasar Gelugur	61
B. Hasil Analisis Data	63
1. Hasil Uji Validitas	63
2. Hasil Uji Reliabilitas	66
3. Hasil Uji Deskriptif	67
4. Hasil Uji Asumsi Klasik	68
a. Uji Normalitas	68
b. Uji Multikolinearitas	69
c. Uji Heterokedastisitas	69
5. Uji Regresi Linear Berganda	71
6. Uji Hipotesis	72
a. Uji Parsial (Uji t)	72
b. Uji Simultan (Uji F)	74
c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	74
C. Pembahasan Penelitian	75
D. Keterbatasan Peneliti	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	82
B. Implikasi	83
C. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel	13
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	41
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	51
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Nasabah (Y)	64
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X1).....	64
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)	65
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi (X3).....	66
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel IV.6 Hasil Uji Deskriptif.....	67
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel IV.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel IV.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel IV.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)	72
Tabel IV.12 Hasil Uji Simultan (Uji F)	74
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Diagram Lingkaran Pengguna <i>Mobile Banking</i>	6
Gambar II.1 Kerangka Pikir	47
Gambar IV.9 Heteroskedastisitas.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2: Tabulasi Angket
- Lampiran 3: Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5: Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 6: Hasil Uji Multikolinieritas
- Lampiran 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 8: Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9: Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 10: Kuesioner Angket Penelitian
- Lampiran 11: Surat Validasi Angket
- Lampiran 12: Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 13: Permohonan Surat Izin Riset
- Lampiran 14: Balasan Persetujuan Riset
- Lampiran 15: Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah adalah suatu Lembaga yang bergerak pada bidang pelayanan jasa. Ketika dunia perbankan maju pesat berdampak pada pertumbuhan ekonomi nasional maupun global. Perbankan syariah sebagai pilihan utama masyarakat untuk melakukan aktivitas pembayaran dan aktivitas keuangan lainnya. Untuk mencapai tujuannya, bank harus terus berinovasi sesuai dengan kebutuhannya untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan segala aktivitas keuangannya.¹

Perbankan syariah termasuk sektor yang dapat menunjang distribusi dana masyarakat secara produktif untuk mendukung pertumbuhan perekonomian. Selain itu, perbankan syariah juga bertindak sebagai perantara yang membantu mengatur aliran dana antar lembaga dan berbagai sektor lainnya. Untuk mempercepat laju ekonomi, perbankan syariah dituntut untuk terus berkembang melalui berbagai inovasi produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah, agar tetap relevan dan hadir di tengah masyarakat yang dinamis.²

¹ Ismail, Manajemen Perbankan: Dari *Teori Menuju Aplikasi (Kencana, 2018)*, hlm 205-206.

² Mesman "Kemampuan Perbankan Syariah Dalam Mengoptimalkan Eksistensi Pada Era Digital 4.0" *Jurnal Mes Management* Diakses, 8 Mei 2024.

Perkembangan bank syariah cukup pesat di era digital seperti sekarang ini sehingga menjadi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh bank syariah agar bisa bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya yang juga bergerak disektor perbankan. Baik itu jasa atau produk yang menawarkan berbagai macam segala kebutuhan yang memudahkan aktivitas manusia dalam melakukan transaksi. Dengan demikian, lembaga keuangan syariah dapat memberikan kemudahan bagi nasabahnya untuk melakukan kegiatan transaksi dengan menggunakan aplikasi yang telah disediakan oleh bank syariah supaya memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi seluruh nasabah yang menggunakan jasa perbankan syariah.³

Digitalisasi tidak hanya sekedar bertujuan untuk memindahkan transaksi manual menjadi otomatis tetapi memudahkan untuk memenuhi kebutuhan konsep bisnis perbankan. Dengan menyediakan layanan terkini guna menguatkan *customer transaction behavior*. Bermunculnya perusahaan-perusahaan keuangan berbasis teknologi atau *financial technology (fintech)* memaksa industry perbankan syariah harus berbenah.⁴

Teknologi digital merupakan salah satu produk ataupun fitur dari perkembangan teknologi era modern. Perubahan yang masih turut dirasakan oleh pelaku-pelaku ekonomi dan teknologi digital merupakan salah satu produk ataupun fitur dari perkembangan teknologi era modern. Perkembangan teknologi

³ Bima “*Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Era Digital*, (Jurnal Ekonomi Syariah), Diakses 8 Mei 2024.

⁴ Abdus Salam Dz, ‘Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi Dan Tantangan,’ *Al-Amwal* , Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari’ah. Vol 10, No. 1 (2 Juni 2018), hlm. 63–80.

digital turut berkembang pada sistem lain di kehidupan, terutama pada bidang ekonomi. Perubahan yang masih turut dirasakan oleh pelaku-pelaku ekonomi dan sebagian besar dari perusahaan yang bergerak di bidang ekonomi digital ingin mengadakan perubahan mendasar pada bisnisnya. Sistem ekonomi syariah dikenal juga dengan sistem ekonomi islam yang berlandaskan hukum-hukum islam dalam pelaksanaannya. Indonesia merupakan negara yang memiliki jumlah penduduk muslim yang besar dan berada di kisaran 87 % atau sekitar 207 juta jiwa. Hal ini menjadi peluang yang sangat besar yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan potensi kemajuan ekonomi syariah berbasis digital di tengah era digital.⁵

Perbankan syariah merupakan segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, serta mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.⁶ Menurut *Sumitro* bank syariah ialah bank yang pada operasinya didasarkan terhadap tata cara bermuamalah secara Islam, yaitu dengan mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada pada Al-Quran dan Hadis. Pendapat *Sumitro* selaras pula dengan pendapat yang disampaikan *Amin Aziz*, menurutnya bank syariah merupakan lembaga perbankan yang memiliki sistem syariah. Sehingga tata cara berusaha maupun perjanjian berdasarkan Al-Quran dan Hadis.⁷

⁵ Muamalatuna "Ekonomi Dan Perbankan Syariah Di Tengah Era Digital" (Diakses 8 Mei 2024). Jurnal Uinbanten.

⁶ Harahap, Darwis, Et Al. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. Vol. 7. No. 2 (2022), hlm. 864-891.

⁷ Rangga Suganda, "Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Di Gital" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9, No. 1 (13 Maret 2023), hlm. 677-83.

Teknologi informasi juga mendorong dunia perbankan untuk ikut adil dalam memanfaatkan internet. Kesempatan bagi dunia perbankan untuk melangkah maju dengan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para nasabahnya yaitu tidak hanya menawarkan kecepatan dalam melakukan transaksi tetapi juga kemudahan serta kenyamanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan secara online tanpa mengharuskan nasabahnya untuk datang dan mengantri di bank atau ATM. Kemudahan serta kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *Mobile Banking*.

Keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking masih menghadapi berbagai kendala meskipun layanan ini menawarkan kemudahan dalam mengakses informasi keuangan dan melakukan transaksi tanpa harus antri di bank. Para pedagang yang seharusnya dapat memanfaatkan layanan ini belum sepenuhnya mengadopsinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu rasa kurang aman dalam bertransaksi digital, seperti kekhawatiran terhadap risiko penipuan atau kesalahan transaksi. Selain itu, rendahnya tingkat kepercayaan terhadap sistem perbankan berbasis aplikasi, yang dianggap kurang dapat diandalkan, menjadi penghalang lainnya. Reputasi bank juga menjadi faktor penting, di mana kecepatan penanganan keluhan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi sangat mempengaruhi citra BSI di mata pedagang.

Terlebih lagi, keterbatasan jaringan internet menyebabkan seringnya gangguan pada sambungan yang menghambat penggunaan layanan *mobile banking*.⁸

Mobile Banking bekerja dengan menu SIM Card nasabah yang saat ini menggunakan *Short Message Service* (SMS). Selain itu, kemampuannya untuk bergerak dan berpindah tanpa dibatasi ruang, jarak, waktu, dan kondisi memungkinkan orang untuk melakukan semua aktivitas secara bersamaan. Setiap individu yang menggunakan *Mobile banking* dalam sistem perbankan Indonesia dapat dengan mudah menggunakan fasilitas seperti transfer dana dan uang, informasi saldo, mutasi rekening, pembayaran kartu kredit, telepon, listrik, dan asuransi. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No.5/8/PBI/2003, Bank Indonesia menetapkan peraturan mengenai pengendalian dan manajemen risiko yang berkaitan dengan operasi *Internet Banking*, termasuk *mobile banking*. Peraturan ini melindungi semua kelebihan menggunakan *Mobile banking* tentang penerapan manajemen risiko pada operasi yang berkaitan dengan layanan bank yang ditawarkan melalui *platform online*. Bank dan nasabah juga dapat melakukan transaksi perbankan melalui *mobile banking*.⁹

Berdasarkan observasi awal terhadap 30 orang pedagang di pasar Gelugur menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka telah menggunakan *mobile*

⁸ Dwitya Pratiwi Wulandari, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam, Skripsi (Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan, 2018), hlm. 13.

⁹ Almalis, Mochamad Ilhaq. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permatamobile Smartcx Pada Bank Permata Di Surabaya. Diss (Stie Perbanas Surabaya, 2017), hlm. 2.

banking sebagai bagian dari aktivitas transaksi keuangan sehari-hari, dapat dilihat dalam diagram tersebut.

Gambar I.1 Diagram Lingkaran

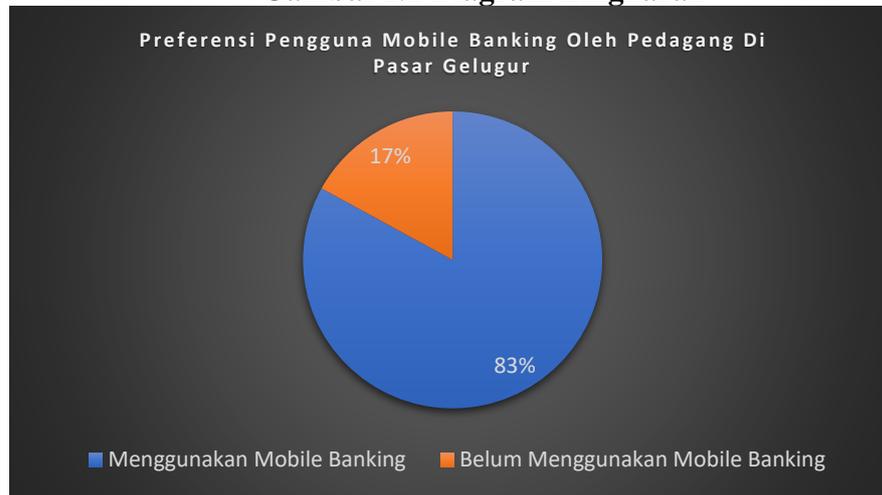


Diagram lingkaran tersebut menggambarkan preferensi penggunaan mobile banking oleh 30 pedagang di Pasar Gelugur. 83% (25 orang) menggunakan mobile banking, terutama karena faktor kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Sementara itu, 17% responden (5 orang) yang belum beralih ke mobile banking mengungkapkan keraguan terhadap keamanan dan kurangnya pemahaman teknologi, yang secara tidak langsung menyoroti pentingnya faktor keamanan dan kepercayaan sebagai prasyarat bagi pengguna baru. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa faktor keamanan, kepercayaan, dan reputasi menjadi landasan utama dalam membentuk keputusan pedagang untuk menggunakan mobile banking.¹⁰

Dalam menggunakan *mobile banking* juga terdapat faktor-faktor yang menjadi alasan nasabah menggunakannya antara lain kemudahan pengguna yang

¹⁰ Wawancara Dilakukan Secara Langsung Kepada 30 Pedagang Di Pasar Gelugur Pada Bulan 27 Oktober 2024.

menjadi faktor penting dalam menggunakan jasa layanan perbankan yaitu keamanan, kepercayaan, dan dan Reputasi. Dengan adanya faktor tersebut dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹¹

Faktor keamanan sangat berpengaruh terhadap pengguna *mobile banking*, karena dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk melindungi informasi layanan bank dari kebocoran atau tindakan kriminal terhadap rekening pelanggan. Fakta bahwa bank syariah Indonesia mengalami gangguan keamanan selama beberapa hari tampaknya disebabkan oleh pengiriman *malware* dari peretas yang meretas BSI. Hal ini sesuai dengan teori Pranoto, yang menunjukkan bahwa keamanan adalah faktor utama yang memengaruhi keinginan untuk menggunakan perbankan mobile. Menurut Owusu Kwateng, peningkatan teknologi internet, terutama mobile banking, dapat memungkinkan pelanggan dan pengguna untuk mengakses layanan perbankan melalui ponsel mereka.¹²

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Imas pedagang jus di pasar gelugur yang merupakan salah seorang nasabah di BSI, diketahui bahwa salah satu penyebab Ibu Imas tidak menggunakan mobile banking adalah karena tidak merasa aman dengan bertransaksi melalui smarphone, dan lebih merasa aman bertransaksi langsung melalui via ATM.¹³

Melalui wawancara dengan Bapak Salim Arianto juga merupakan pedagang di Pasar Gelugur menyatakan, bahwa Bapak Salim masih belum mengetahui mekanisme pemakaian dan juga masih belum terlalu percaya akan keamanan data diri jika menggunakan mobile banking,

¹¹ Berlentina Permatasari, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca,' *Journals Of Economics And Business*, Vol 2, No. 2 (15 September 2022), hlm. 1–16.

¹² Yusuf, Ridwan, And H. Undang Juju. Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Aplikasi Dana (Survei Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Bandung). Diss. (Universitas Pasundan Bandung, 2023), hlm. 26.

¹³ Imas, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 13.46).

Bapak Salim berpendapat sama dengan Ibu Imas, bahwa lebih merasa aman jika langsung bertransaksi ke Bank BSI langsung atau melalui Via ATM.¹⁴

Karena banyaknya kasus BSI yang kontroversial, banyak orang yang terkena dampak dari masalah tersebut, terutama dalam hal transaksi, dan beberapa orang menanggapi dengan penarikan uang dalam jumlah besar. Bank Syariah Indonesia (BSI) meluncurkan promosi untuk pelanggan mobile banking setelah insiden serangan kejahatan tersebut. Menurut teori Merhi, kepercayaan adalah faktor utama yang mendorong pengguna untuk menggunakan perbankan *mobile*.¹⁵

Kepercayaan mempengaruhi keuntungan yang dirasakan. Jika pelanggan puas dengan pengalaman mereka menggunakan *mobile banking*, mereka dapat mendapatkan informasi produk yang mereka butuhkan. Jika mereka percaya pada situs web tersebut, mereka akan merasakan manfaat dari pengalaman mobile banking mereka.¹⁶

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Ibu Aisyah Nst yang juga merupakan Pedagang di Pasar Gelugur, Ibu Aisyah menyatakan bahwa sulit percaya data dan juga dana yang disimpan cukup menyakinkan, akan tetapi Ibu Aisyah tidak tertarik menggunakan mobile banking karena lebih terbiasa bertransaksi secara langsung dengan uang tunai.¹⁷

Wawancara juga dilakukan dengan Ibu Aini yang merupakan pedagang di Pasar Gelugur, Ibu Aini juga menyatakan bahwa kepercayaan dalam menggunakan mobile banking itu sangat sulit, karena Ibu Aini sudah tua

¹⁴ Salim Arianto, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 14.30).

¹⁵ Nilta Lutfiani, "Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023), hlm. 30.

¹⁶ Adiwijaya, I. Gusti Bagus Putra. 'Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking.' *Jurnal (Manajemen Bisnis)*, 2018). Vol 15. No. 3, hlm. 135-153.

¹⁷ Aisyah Nst, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.30).

dan tidak juga mengerti akan kegunaan mobile banking dan lebih mudah bertransaksi langsung ke Bank atau ATM terdekat.¹⁸

Menurut teori Warta, Reputasi suatu perusahaan yaitu nama baik atau citra perusahaan yang dapat membuat nasabah yakin akan reputasi perusahaan dan kemampuan suatu perusahaan dalam menyediakan dan memberikan pelayanan dengan baik. Ketika nasabah memutuskan untuk menggunakan produk jasa keuangan dari perbankan, nasabah terlebih dahulu mencari informasi tentang perbankan yang akan dituju, melalui berbagai media cetak, elektronik dan lainnya. Informasi tersebut berkaitan dengan pelayanan, akses transaksi maupun dari penawaran keuntungan produk jasa keuangan yang diberikan. Apabila nasabah memilih perbankan yang diyakini memiliki reputasi yang bagus dan dapat memenuhi kebutuhannya sesuai yang diharapkannya, maka nasabah secara langsung akan memiliki pandangan atau kesan yang baik terhadap perbankan tersebut.¹⁹

Hal ini dibuktikan dari hasil wawancara dengan Bapak Sabaruddin Hrp yang merupakan Pedagang di Pasar Gelugur, Bapak Sabaruddin mengatakan bahwa ia sempat menggunakan BSI Mobile akan tetapi karena pernah terjadi eror pada jaringan yang menyebabkan Bapak Sabaruddin tidak dapat melakukan transaksi saat itu, sehingga Bapak Sabaruddin tidak menggunakannya lagi.²⁰

Penelitian Terdahulu Nilta Lutfiani yaitu pengaruh keamanan, persepsi kemudahan penggunaan dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*, penelitian terdahulu mengemukakan bahwa aspek keamanan

¹⁸ Aini, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.35).

¹⁹ Fachri Fatnur, Aldani 'Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Brimo', Thesis (Universitas Muhammadiyah Semarang," 5 Oktober 2024), hlm. 24.

²⁰ Sabaruddin Hrp, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.10).

menjadi salah satu perhatian utama keputusan menggunakan *mobile banking*. Namun, penelitian terdahulu belum secara spesifik mengeksplorasi peran kepercayaan dan reputasi bank dalam memengaruhi keputusan tersebut. Oleh karena itu, peneliti mengambil pendekatan yang berbeda dengan menambahkan faktor kepercayaan dan reputasi sebagai variabel utama untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.²¹

Penelitian terdahulu Berlintina PermataSari, yaitu Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, keamanan, dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan *mobile banking*. Temuan ini menegaskan bahwa aspek keamanan dan kepercayaan peran penting dalam membangun hubungan positif antara nasabah dan layanan digital perbankan. Namun, penelitian terdahulu tersebut lebih terfokus pada kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Sementara itu, peneliti saat ini mengarahkan perhatian pada keputusan nasabah sebagai variabel dependen untuk menggunakan layanan *mobile banking*, dengan mengkaji faktor keamanan, kepercayaan, dan reputasi bank sebagai variabel utama. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih

²¹ Nilta Lutfiani, "Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023), hlm. 30."

mendalam mengenai elemen-elemen yang mendorong adopsi layanan mobile banking, khususnya dalam tahap pengambilan keputusan.²²

Pada bagian ini pihak bank harus lebih bekerja keras untuk memasarkan layanan ini kepada masyarakat untuk menarik keputusan nasabah menggunakan *Mobile Banking*. Kegiatan pemasaran harus selalu ada dalam setiap usaha, baik usaha yang berorientasi profit maupun usaha-usaha sosial. Pentingnya pemasaran dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat akan suatu produk dan jasa. Pemasaran menjadi begitu sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat. Hal ini dilakukan agar para pedagang yang ada di Pasar Gelugur, Kel. Sirandorung, Rantau Prapat, Kec. Rantau Utara, Kab. Labuhan Batu bisa memahami layanan *Mobile Banking* di Perbankan sehingga masyarakat minat dalam bertransaksi dan menabung di bank syariah, karena pedagang tersebut belum sepenuhnya menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi dan mayoritas masih bertransaksi secara langsung melalui ATM.

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena penelitian yang dilakukan sebelumnya, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih dalam lagi dengan judul “**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking*** (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)”.

²² Berlintina Permatasari, ‘Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca,’ *Journals Of Economics And Business*, Vol 2, No. 2 (15 September 2022), hlm. 1–16.”

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Kurang merasa aman bertransaksi secara digital, seperti kekhawatiran terhadap resiko penipuan dan kesalahan transaksi.
2. Rendahnya kepercayaan terhadap sistem berbasis aplikasi, seperti *mobile banking*.
3. Keterbatasan jaringan internet menyebabkan seringnya gangguan pada sambungan yang menghambat penggunaan layanan *mobile banking*.

C. Batasan Masalah

Dengan adanya suatu permasalahan yang dijelaskan dilatar belakang maka untuk memberikan arah yang lebih jelas dalam penelitian ini peneliti membatasi pada masalah-masalah yang terkait dengan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas serta pengamatan yang telah dilakukan, maka rumusan masalah yang diperoleh dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah keamanan memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)?
2. Apakah kepercayaan memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)?

3. Apakah reputasi memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)?
4. Apakah faktor keamanan, kepercayaan dan reputasi secara simultan memengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)?

E. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yang dimana variable Y adalah Keputusan, variable X₁ Keamanan, dan variable X₂ Kepercayaan dan variable X₃ Reputasi. Definisi operasional dibuat untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Nasabah(Y)	Keputusan adalah sebuah keadaan akhir dari suatu proses yang lebih dinamis dan terdiri dari satu seri aktivitas yang berkaitan dan tidak hanya dianggap sebagai Tindakan bijaksana. ²³ Keputusan yaitu pilihan atau tindakan yang diambil oleh nasabah untuk menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i> sebagai sarana untuk melakukan berbagai transaksi perbankan melalui perangkat seluler.	a. Kebutuhan dan kemanfaatan b. Kepercayaan pada layanan Keamanan privasi. ²⁴	
2	Keamanan (X ₁)	Faktor keamanan dalam penggunaan <i>mobile banking</i>	a. Perlindungan data	Ordinal

²³ Fahrudi, Agung Nugroho Lutfi Imam, Anni Rahimah, And Nanik Wahyuningtiyas. 'Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan *Mobile Banking*.' *Jurnal Ilmu Manajemen* (Jimmu 2023), Vol 8. No. 2, hlm. 217-231.

²⁴ Azzahra, Luhliita Mega. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*. Bs Thesis. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah, hlm. 43.

		adalah sekumpulan sistem, teknologi, dan praktik yang digunakan untuk melindungi data pribadi dan finansial pengguna dari ancaman seperti peretasan, pencurian identitas, dan transaksi tidak sah. Ini termasuk mencegah akses yang tidak diizinkan ke data, menjaga data saat ditransfer, dan memantau aktivitas untuk menemukan aktivitas yang tidak sesuai atau tindakan yang mencurigakan. ²⁵ Keamanan dalam penelitian ini yaitu keyakinan dan perlindungan data yang dirasakan oleh pengguna mobile banking terhadap risiko-risiko yang mungkin terjadi saat menggunakan.	<ul style="list-style-type: none"> b. Perlindungan dari aplikasi palsu c. Pemantauan aktivitas akun.²⁶ 	
3	Kepercayaan (X ₂)	Faktor kepercayaan pengguna dalam mobile banking adalah keyakinan pengguna terhadap keamanan, keandalan, dan perlindungan yang diberikan aplikasi untuk mengelola transaksi dan data pribadi mereka. Pengalaman pengguna, jaminan keamanan, kemudahan penggunaan, dan reputasi bank atau penyedia layanan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kemudahan pengguna b. Transparansi dan tanggung jawab bank c. Keandalan dan ketersediaan layanan.²⁷ 	Ordinal

²⁵ Rani, Atika, And Meilana Widyaningsih. Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan Mobile Banking Bsi. *Diss* (Uin Raden Mas Said Surakarta, 2023), hlm. 56.

²⁶ Margaretha Oktavia Pranoto, R. Gunawan Setianegara "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) *Jurnal Finance And Business* Volume 8, No.1, Januari 2020, hlm. 3.

²⁷ Lieny, Livinsia. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkalpinang.' *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan* (2021). Vol 8, No. 2, Im. 56-62.

		membentuk kepercayaan ini. ²⁸ Kepercayaan dalam penelitian yaitu percaya bahwa sistem mobile banking dapat berfungsi dengan baik tanpa ada gangguan atau kesalahan teknis dalam bertransaksi.		
4	Reputasi (X ₃)	Dalam layanan mobile banking, reputasi mengacu pada bagaimana pengguna melihat layanan tersebut, baik positif maupun negatif. Reputasi ini dipengaruhi oleh banyak hal, seperti keamanan, keandalan layanan, dukungan pelanggan, inovasi teknologi, dan pengalaman pengguna secara keseluruhan. Reputasi yang baik meningkatkan kepercayaan pengguna dan meningkatkan kesetiaan pelanggan. ²⁹ Reputasi dalam penelitian yaitu persepsi atau pandangan pengguna terhadap kredibilitas, integritas, dan citra positif penyedia layanan mobile banking.	a. Keandalan layanan b. Inovasi teknologi c. Kualitas layanan pelanggan. ³⁰	Ordinal

²⁸ Dina, Martiana. Pengaruh/Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Tiuh Balak Pasar Kabupaten Way Kanan). *Diss* (Uin Raden Intan Lampung, 2024), hlm. 24.

²⁹ Azizah, Putri Fauziyah Nur. Pengaruh Keamanan Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Diss* (Universitas Negeri Jakarta, 2022), hlm. 33.

³⁰ Rofifah Mau'idzah Hasanah, 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking,' Skripsi (Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 3 Februari 2016), hlm. 29.

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh Keamanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).
2. Untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).
3. Untuk mengetahui pengaruh Reputasi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (studi kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).
4. Untuk mengetahui pengaruh keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi secara simultan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti, penelitian ini sebagai sarana menambah pengetahuan dan wawasan, tentang layanan perbankan syariah, dan keputusan menjadi nasabah bank syariah di era digital.
2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pengetahuan dalam mengambil keputusan menjadi nasabah bank syariah.
3. Bagi perbankan syariah, dapat dijadikan sebagai catatan untuk mengoreksi agar dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat.
4. Bagi akademis, penelitian ini, diharapkan dapat berguna bagi pihak kampus dan sebagai referensi tambahan bagi peneliti berikutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

a. Pengertian *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis (1989), *Technology Acceptance Model* (TAM) mengubah kepercayaan (belief), sikap (attitude), intensitas (intention). Tujuan dari *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang menentukan penerimaan teknologi berbasis informasi secara keseluruhan. Teknologi (TAM) meneliti bagaimana seseorang dapat memperoleh kemajuan teknologi baru dan variabel apa saja yang mempengaruhi pilihan, pengakuan, dan keinginan untuk memanfaatkan inovasi.¹

Teori *Technology Acceptance Model* (TAM) juga menyatakan bahwa niat untuk menggunakan teknologi tertentu menentukan kesediaan seseorang untuk mau menggunakan teknologi atau tidak.² Sampai saat ini, teori Model Penerimaan Teknologi (TAM) dianggap sebagai dasar untuk penelitian empiris tentang kesiapan penerimaan teknologi baru. Teori

¹ Indyah Hartami Santi Dan Bayu Erdani, *Technology Acceptance Model (Tam)* (Penerbit Nem, 2021), hlm. 32.

² Tumsifu, Elly, Jani Dev, And Caleb Gekombe. "Small And Medium Enterprises And Social Media Usage: Fashion Industry Perspective." *University Of Dar Es Salaam Library Journal*. Vol. 15. No. 1 (2020), hlm. 101-124.

Technology Acceptance Model (TAM) dianggap sebagai teori yang paling relevan dalam memprediksi keinginan dan kesiapan untuk mengadopsi teknologi. Ini karena model TAM telah digunakan dalam berbagai situasi, kondisi, dan objek penelitian untuk mempelajari bagaimana orang menerima teknologi dalam berbagai konstruksi sistem informasi.³

b. Variabel *Teori Technology Acceptance (TAM)*

1) *Perceived Usefulness (PU)*

Menurut teori yang dikemukakan oleh Davis (1989) menyatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan ukuran di mana penggunaan suatu teknologi dipercaya dapat mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya. Selain itu, teori Davis (1989) menawarkan beberapa indikator manfaat yang dianggap bermanfaat, seperti kemampuan untuk mempercepat pekerjaan seseorang, mengembangkan prestasi kinerja (meningkatkan kinerja pekerjaan), memberikan efektivitas, meningkatkan produktivitas, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah dan bermanfaat. dapat disimpulkan bahwa *perceived usefulness* adalah tingkat kepercayaan seseorang terhadap adanya teknologi informasi yang dianggap dapat meningkatkan hasil kerja mereka. Persepsi manfaat dapat membantu seseorang membuat keputusan tentang menggunakan teknologi

³ Titi Sugiarti Ak S. E. M., *Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam)* (Penerbit Adab, 2021). hlm. 2.

informasi untuk meningkatkan kinerja. Dengan kata lain, orang akan menggunakan sistem jika mereka pikir itu berguna. Namun, jika mereka tidak percaya, mereka tidak akan menggunakannya.

2) *Perceived Ease of Use* (PEOU)

Menurut teori Davis (1989) mendefinisikan *Perceived Ease of Use* (PEOU) sebagai tingkat di mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem informasi mudah dan tidak memerlukan upaya yang signifikan untuk seseorang untuk dapat menggunakannya. Teori Davis (1989) menunjukkan bahwa peran yang lebih kompleks terkait dengan kemudahan penggunaan. Teori ini didasarkan pada bagaimana seseorang menilai kemudahan penggunaan suatu teknologi informasi, apakah itu mudah digunakan atau mudah dipelajari.⁴

2. Keputusan Nasabah

a. Pengertian Keputusan Nasabah

Keputusan merupakan kegiatan memilih suatu strategi atau Tindakan dalam pemecahan masalah. Tujuan dari keputusan adalah untuk mencapai keinginan dan kebutuhan yang harus dilakukan.⁵ Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* adalah mengidentifikasi semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta sasaran-

⁴ Helin G. Yudawisastra Dkk., *Teori-Teori Perilaku Konsumen* (Cv. Intelektual Manifes Media, 2024).

⁵ Kusrini Dan Universitas Amikom Yogyakarta, *Konsep Dan Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan* (Penerbit Andi, 2021). 7.

asarannya yang menentankan keuntungan serta kerugian masing-masing.⁶

Faktor-faktor seperti pengetahuan, religiusitas, produk, reputasi, dan pelayanan di banki syariah memiliki pengaruh positif terhadap keputusan memilih menabung di Bank Syariah, meskipun tidak signifikan.⁷ Persepsi masyarakat terhadap keputusan memilih perbankan merupakan proses memaknai objek persepsi yaitu perbankan syariah, baik kongkret maupun tidak dan hal ini dipengaruhi oleh pengetahuan berupa informasi, pengalaman, motivasi dan keinginan yang sesuai dengan kebutuhannya.⁸

b. Pandangan Islam Tentang Keputusan

Dari perspektif Islam, keputusan untuk menggunakan teknologi seperti perbankan *mobile* juga harus mempertimbangkan apakah itu sesuai dengan syariah. Karena Islam menekankan kejujuran, transparansi, dan perlindungan terhadap penipuan, aspek keamanan dan kepercayaan menjadi sangat penting. Selain itu, pengetahuan masyarakat tentang syariah dan *mobile banking* dapat memengaruhi keputusan mereka. Meskipun demikian, manfaat praktis dari *mobile banking* serta kepercayaan masyarakat terhadap teknologi ini memengaruhi adopsinya

⁶ Mohammad Rafi Hadzami Dkk., *Inovasi Dan Strategi Keuangan* (Deepublish, 2025). 38.

⁷ Dr Ikhwan Hs Si Se Mm, M. Dan Dr H. Ambo Sakka H Si Se , M., *Lembaga Keuangan Dan Perbankan* (Uwais Inspirasi Indonesia, 2023). 28.

⁸ Muhammad Zuhirsyan Dan Nurlinda Nurlinda, 'Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah' *Al-Amwal. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*. Vol 10, No. 1 (2 Juni 2018), hlm. 48–62.

oleh masyarakat. Sangat penting untuk memahami cara menggunakan *mobile banking*, keuntungan dan risikonya.⁹

c. Faktor-Faktor Keputusan

Berbagai faktor memengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, seperti kepercayaan terhadap teknologi

1) kepercayaan terhadap teknologi

Kepercayaan terhadap teknologi menunjukkan seberapa yakin konsumen terhadap keandalan dan keamanan teknologi tersebut. Selain itu, pertimbangan utama adalah kemudahan penggunaan atau kemudahan penggunaan aplikasi, tingkat kenyamanan pengguna dalam menggunakan aplikasi sangat penting. Persepsi manfaat atau kegunaan juga penting, yaitu seberapa mudah *mobile banking* membuat transaksi perbankan. Pengalaman pribadi klien, seperti riwayat penggunaan aplikasi atau teknologi terkait, sangat memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan *mobile banking*.¹⁰

2) Promosi Bank

Promosi bank seperti program loyalitas atau diskon yang menarik minat pelanggan. Selain itu, persepsi dan keyakinan

⁹ Dina, Martiana. Pengaruh/Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Tiuh Balak Pasar Kabupaten Way Kanan). Diss (Uin Raden Intan Lampung, 2024), hlm. 26.

¹⁰ Karara, Merlinda Dona. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Mobile Banking Melalui Aplikasi Bca Mobile. Thesis (Unika Soegijapranata Semarang, 2019), hlm. 23.

pelanggan terhadap layanan dapat dipengaruhi oleh rekomendasi sosial dari teman, keluarga, atau ulasan online. Kebijakan bank yang mendorong digitalisasi juga sangat penting, seperti menyediakan layanan tertentu hanya melalui aplikasi. Faktor teknologi seperti konektivitas internet, kualitas jaringan, dan kompatibilitas perangkat juga memainkan peran penting dalam memengaruhi kenyamanan pelanggan dan kemampuan mereka untuk menggunakan mobile banking.¹¹

3) Efisien Biaya dan Waktu

Keputusan tentang biaya sangat penting karena mempengaruhi jumlah penjualan yang dapat dicapai dan pertimbangan konsumen yang menggunakan *mobile banking*. Pada dasarnya, diharapkan bahwa aplikasi atau layanan *mobile banking* dapat menghemat biaya pengguna, seperti biaya transportasi ke bank dan transaksi lainnya.¹²

c. Indikator Keputusan

1) Kebutuhan dan Kemanfaatan (*Needs and Usefulness*)

Keputusan untuk menggunakan *mobile banking* dipengaruhi oleh sejauh mana layanan tersebut dirasa mampu memenuhi kebutuhan finansial pengguna secara efisien dan bermanfaat.

¹¹ Aini, Salsabillah Ainun, Bayu Wijyantini, And Rusdiyanto Rusdiyanto. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.' (National Multidisciplinary Sciences 2022). Vol 1. No. 3, hlm. 493-503.

¹² Almalis, Mochamad Ilhaq. Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permatamobile Smartex Pada Bank Permata Di Surabaya. *Diss* (Stie Perbanas Surabaya).

Pengguna cenderung memilih layanan yang bisa menyederhanakan aktivitas sehari-hari seperti transfer, pembayaran, dan pengecekan saldo.

2) Kepercayaan pada Layanan (*Trust in the Service*)

Keputusan dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan pengguna terhadap keamanan, stabilitas, dan integritas layanan mobile banking. Jika pengguna merasa bahwa datanya aman dan transaksi berjalan lancar, maka mereka akan lebih mantap menggunakan layanan tersebut.¹³

3) Keamanan dan Privasi (*Security & Privacy Assurance*)

Keamanan dan privasi merupakan salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pengguna untuk menggunakan *mobile banking*, yaitu sejauh mana pengguna merasa yakin bahwa sistem *mobile banking* mampu melindungi data pribadi dan transaksi keuangan mereka dari ancaman seperti penyalahgunaan, peretasan, dan pencurian informasi.

3. Keamanan

a. Pengertian Keamanan

Keamanan informasi menurut adalah tentang bagaimana kita dapat mencegah penipuan atau, paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sistem yang berbasis informasi yang tidak memiliki arti fisik.

¹³ Azzahra, Luhita Mega. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. Bs *Thesis* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah), hlm. 43.

Keamanan merupakan masalah utama, dan berita tentang keamanan di media sering mengurangi kepercayaan pelanggan terhadap keamanan *mobile banking*. Dari sudut pandang nasabah, keamanan adalah kemampuan untuk melindungi informasi nasabah dari penipuan dan pencurian dalam bisnis perbankan online.¹⁴

Keamanan menggunakan *mobile banking* berarti penyedia layanan harus memastikan bahwa mereka memenuhi standar kualitas dan keamanan yang tinggi saat memberikan layanan mereka kepada pelanggan. Seperti yang dinyatakan dalam QS AnNisa 58, yang menyatakan:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Dalam ayat 58 surah Al-Nisa, Allah SWT mengatakan bahwa janji harus dijaga dan dipenuhi. Penyedia layanan *mobile banking* harus menghargai janji ini dengan memastikan bahwa layanan mereka selalu memenuhi standar kualitas dan keamanan yang tinggi.¹⁵

¹⁴ Apryanus Fallo, *Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Mobile Banking Di Kupang: Perspektif Lokal* (Pt. Sonpedia Publishing Indonesia, 2025), hlm 34.

¹⁵ Nilta Lutfiani, "Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023), hlm. 30."

b. Faktor Yang Mempengaruhi Keamanan

Teknologi, perangkat pengguna, dan kebijakan regulasi adalah beberapa faktor yang sangat memengaruhi keamanan *mobile banking*.

Berikut adalah penjelasan rinci dari komponen-komponen tersebut:

1) Faktor Teknologi

Faktor teknologi sangat penting dalam menjamin keamanan perbankan mobile melalui pengembangan dan penerapan sistem perlindungan data. Data yang dikirimkan antara server bank dan perangkat pengguna dienkripsi untuk mencegah pihak tidak berwenang menyadapnya. Kerahasiaan data sensitif seperti data login dan transaksi dilindungi oleh teknologi seperti SSL/TLS dan AES (*Advanced Encryption Standard*).

2) Faktor Kebijakan dan Regulasi

Kebijakan dan Regulasi yang ditetapkan oleh Pemerintah dan lembaga berwenang mempengaruhi standar keamanan *mobile banking*. Tugas Pemerintah dan Lembaga Regulasi seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bank Indonesia adalah lembaga yang bertanggung jawab atas pelaksanaan kebijakan keamanan perbankan, seperti perlindungan data, dan cara melaporkan pelanggaran.

3) Faktor Perangkat Pengguna

Keamanan juga harus dipengaruhi oleh kondisi perangkat yang digunakan pengguna. Perangkat pengguna harus dilindungi dari ancaman malware, virus, atau spyware yang dapat mencuri data login

dan informasi sensitif lainnya. Pengguna harus membuat kata sandi yang sulit ditebak, terdiri dari kombinasi huruf, angka, dan simbol. Tidak menggunakan kata sandi yang sama untuk banyak akun juga membantu mengurangi risiko kebocoran data.

Instalasi aplikasi dari sumber resmi seperti *Google Play Store* atau *App Store* sangat penting untuk menghindari aplikasi palsu. Pembaruan Sistem Operasi dan Aplikasi Pembaruan rutin pada sistem operasi dan aplikasi *mobile banking* membantu menutup celah keamanan yang dapat dieksploitasi oleh penyerang. Bank biasanya menyediakan *patch* keamanan melalui pembaruan aplikasi secara berkala.¹⁶

c. Teknologi Pendukung Keamanan

Beberapa teknologi utama yang mendukung keamanan *mobile banking* yaitu, mereka melindungi data pengguna, transaksi, dan infrastruktur perbankan dari serangan siber. Berikut adalah beberapa teknologi utama yang mendukung keamanan *mobile banking*:

1) *Blockchain*

Blockchain dapat dibagi menjadi dua yaitu privat dan public. Pertama *blockchain* pribadi memiliki kumpulan rantai pribadi terpercaya yang terbatas. Keamanannya didasarkan pada rantai pribadi yang tidak saling berhubungan untuk mengubah sistem serta

¹⁶ Hamid, Abdul, And Early Ridho Kismawadi. 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.' Jim: *Jurnal Ilmiah Mahasiswa* (2020), hlm. 1-16.

kesulitan meretas sebagai besar dari pemegang *blockchain* secara bersamaan. Kedua, *blockchain* publik memiliki kumpulan rantai publik yang berpotensi tak terbatas.¹⁷

2) *Enkripsi*

Enkripsi digunakan untuk melindungi data selama pengiriman dan penyimpanan. Sehingga, orang yang tidak berwenang tidak dapat mengaksesnya.

3) *Autentikasi*

Autentikasi yaitu memastikan hanya pengguna yang diakui yang dapat mengakses akun atau melakukan transaksi dengan memanfaatkan iris mata, sidik jari, atau pengenalan wajah untuk verifikasi identitas.

4) Pemantauan Aktivitas Akun (Account Activity Monitoring)

Pemantauan aktivitas akun melibatkan kemampuan sistem *mobile banking* dalam mendeteksi aktivitas mencurigakan secara real-time dan memberikan notifikasi kepada pengguna. Fitur pemantauan aktivitas yang aktif dapat mengurangi risiko penipuan dan memberikan rasa aman kepada pengguna. Hal ini meliputi pemberitahuan transaksi, pembatasan akses yang tidak biasa, serta fitur pemblokiran akun secara instan apabila terdeteksi aktivitas mencurigakan.¹⁸

¹⁷ Hartina Fattah Dkk., *Fintech Dalam Keuangan Islam: Teori Dan Praktik* (Publica Indonesia Utama, 2022), hlm. 22.

¹⁸ Sudarsono, Heri. 'Analisis Niat Nasabah Bank Syariah Untuk Menggunakan Mobile Banking.' *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* (2022), Vol 14. No. 1, hlm. 78-89.

d. Indikator keamanan

1) Perlindungan Data (*Data Protection*)

Perlindungan data merujuk pada upaya untuk menjaga kerahasiaan, integritas, dan ketersediaan data pengguna dari ancaman eksternal maupun internal. Perlindungan data mencakup penerapan teknologi enkripsi, autentikasi ganda (*two-factor authentication*), serta kebijakan privasi yang ketat untuk menjaga informasi pribadi dan finansial pengguna. Dalam *mobile banking*, pengguna akan merasa lebih aman jika sistem mampu melindungi data dari peretasan dan penyalahgunaan.

2) Perlindungan dari Aplikasi Palsu (*Fake App Protection*)

Aplikasi palsu atau tiruan merupakan salah satu bentuk ancaman keamanan yang dapat membahayakan data dan dana pengguna. Aplikasi semacam ini sering kali meniru tampilan aplikasi *mobile banking* asli dan digunakan untuk mencuri informasi login pengguna. Perlindungan terhadap aplikasi palsu mencakup edukasi pengguna, verifikasi aplikasi resmi melalui toko aplikasi, serta pemantauan dan penindakan terhadap aplikasi ilegal oleh pihak penyedia layanan. Nasabah yang menyadari bahwa bank memiliki sistem yang dapat membedakan dan melindungi dari aplikasi palsu akan lebih percaya untuk menggunakan layanan *mobile banking*.

3) Pemantauan Aktivitas Akun (*Account Activity Monitoring*)

Pemantauan aktivitas akun melibatkan kemampuan sistem *mobile banking* dalam mendeteksi aktivitas mencurigakan secara real-time dan memberikan notifikasi kepada pengguna. Fitur pemantauan aktivitas yang aktif dapat mengurangi risiko penipuan dan memberikan rasa aman kepada pengguna. Hal ini meliputi pemberitahuan transaksi, pembatasan akses yang tidak biasa, serta fitur pemblokiran akun secara instan apabila terdeteksi aktivitas mencurigakan.¹⁹

4. Kepercayaan

a. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah komponen utama sebagian besar interaksi ekonomi dan sosial yang menghasilkan ketidakpastian. Secara praktis, semua interaksi membutuhkan kepercayaan, terutama ketika dilakukan dalam lingkungan teknologi informasi yang tidak pasti. Kepercayaan selalu berperan penting dalam memengaruhi perilaku konsumen dan telah terbukti sangat penting dalam lingkungan yang tidak pasti seperti teknologi keuangan berbasis internet.²⁰

Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile*

¹⁹ Margaretha Oktavia Pranoto, R. Gunawan Setianegara "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) *Jurnal Finance And Business* Volume 8, No.1, Januari 2020, hlm. 3.

²⁰ Dr Krisna Nugraha M.M S. Kom Dkk., *Disruptive Diverting Effects : Teori Dan Implikasi Pada Bank Syariah Indonesia* (Indonesia Emas Group, 2023). Hlm. 31.

banking, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.²¹

b. Faktor Kepercayaan

Kepercayaan dalam mobile banking dipengaruhi oleh interaksi pribadi dan pengetahuan pengguna tentang layanan. Berikut faktor-faktor dijelaskan:

1) Kepercayaan Antarpribadi (*Interpersonal trust*) atau *trusting beliefs*

Kepercayaan antarpribadi merupakan atribut persepsi pihak yang memberikan kepercayaan bahwa pihak yang diberi kepercayaan memiliki karakteristik yang menguntungkan untuk memberikan kepercayaan.

2) Kepercayaan Berbasis Pengetahuan (*knowledge based trust*)

Kepercayaan berbasis pengetahuan adalah sebuah *trusting beliefs*, dan sering didefinisikan sebagai keyakinan individu dalam mempercayai orang lain yang ditentukan oleh persepsi kebajikan/perbuatan baik, kompetensi dan integritas mereka.

²¹ Ledesman, Mario. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya). *Skripsi* (Uin Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 34.

Kepercayaan berbasis pengetahuan ditemukan untuk menjadi elemen penting untuk membentuk perilaku konsumen.²²

c. Indikator kepercayaan

1) Kemudahan Pengguna (Ease of Use)

Kemudahan pengguna mengacu pada sejauh mana pengguna merasa bahwa aplikasi *mobile banking* mudah digunakan, dipahami, dan memberikan pengalaman yang lancar tanpa kebingungan atau kesulitan. Kemudahan penggunaan dapat mencakup antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, serta proses yang efisien dalam melakukan transaksi. Pengalaman yang mudah ini mengurangi hambatan mental dan meningkatkan rasa percaya nasabah terhadap layanan yang ditawarkan.

2) Transparansi dan Tanggung Jawab Bank (*Transparency and Accountability of the Bank*)

Transparansi dan tanggung jawab bank adalah kemampuan bank untuk memberikan informasi yang jelas, jujur, dan terbuka kepada pengguna mengenai produk, kebijakan, dan prosedur yang diterapkan dalam layanan *mobile banking*. Tanggung jawab bank mencakup kemauan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan jika terjadi masalah atau keluhan pengguna, serta menjaga hubungan yang baik dan saling menghormati dengan nasabah. Ketika bank bersikap

²² Lieny, Livinsia. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkalpinang.' *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan* (2021). Vol 8, No. 2, hlm. 56-62.

transparan dan bertanggung jawab, nasabah merasa lebih percaya dan yakin bahwa bank akan memenuhi komitmen mereka.²³

3) Keandalan dan Ketersediaan Layanan (Reliability and Availability of the Service)

Keandalan dan ketersediaan layanan mengacu pada kemampuan layanan *mobile banking* untuk berfungsi secara konsisten dan dapat diakses kapan saja tanpa gangguan teknis yang berarti. Keandalan mencakup aspek kestabilan aplikasi, ketepatan waktu dalam memproses transaksi, serta minimnya kesalahan teknis. Ketersediaan berarti layanan dapat diakses sepanjang waktu, tanpa mengalami gangguan yang menghambat pengguna untuk bertransaksi. Keandalan dan ketersediaan yang tinggi akan memperkuat kepercayaan pengguna bahwa mereka dapat mengandalkan layanan *mobile banking* untuk kebutuhan finansial mereka kapan saja.²⁴

5. Reputasi

a. Pengertian Reputasi

Reputasi merupakan kepercayaan menyeluruh atau keputusan mengenai tingkat dimana sebuah perusahaan diberi penghargaan tinggi dan terhormat. Bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat

²³ Suaiban, Suaiban. Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Dan Kepercayaan Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Pada Mahasiswa Febi Uin Syahada Padangsidempuan. *Diss.* Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, 2023.

²⁴ Gatot Efrianto Dan Nia Tresnawaty, 'Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten,' *Jurnal Liabilitas*. Vol 6, No. 1 (1 Februari 2021), hlm 53–72.

menentukan. Upaya pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan, terutama merujuk adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (*brand image*), citra perusahaan (*company image*), reputasi merk (*brand reputation*), nama yang terbaik (*the best name*), pelayanan prima (*service excelent*) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan nasabah mendapatkan prioritas.²⁵ Banyak orang bergantung pada reputasi perusahaan saat mereka membuat keputusan penting, seperti membeli barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan, berlangganan, dan merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain. Setiap bisnis memiliki reputasi di masyarakat.²⁶

Persepsi publik terhadap perusahaan dan cara bisnisnya dapat didefinisikan sebagai reputasinya. Persepsi ini dapat positif atau negatif, dan dapat berubah seiring waktu, dan mencakup pendapat publik tentang produk atau layanan perusahaan atau bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya. Perusahaan harus mengelola reputasinya agar benar-benar menunjukkan bisnisnya. Ketika pelanggan dan calon pelanggan merasa positif tentang perusahaan, jika mereka juga merasa senang mendukung perusahaan dan berbagi pengalaman mereka dengan

²⁵ Muhammad Syakir Sula Dan Hermawan Kartajaya, *Syariah Marketing* (Mizan Pustaka, 2006). 18.

²⁶ Rofifah Mau'idzah Hasanah, 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking,' *Skripsi* (Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 3 Februari 2016), hlm. 29.

orang lain, hal ini dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar dan meningkatkan kesuksesan usaha.²⁷

b. Pandangan Islam Mengenai Reputasi

Reputasi perusahaan terkait erat dengan risikonya. Risiko ini termasuk kehilangan kepercayaan pemangku kepentingan karena persepsi negatif tentang bank syariah. Berita dan rumor negatif tentang bank syariah di media dan metode komunikasi yang kurang efektif adalah beberapa sumber risiko ini.²⁸

Reputasi yang baik akan tercipta apabila pelanggan atau konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang perusahaan tawarkan. Salah satu hal yang harus diperhatikan adalah produk atau jasa yang ditawarkan harus memiliki banyak keunggulan dan tentunya memiliki banyak keuntungan. Tujuan dari semua ini adalah agar pelanggan atau konsumen menjadi semakin puas dengan produk tersebut dan membuatnya mudah diingat. Islam memerintahkan para pengikutnya untuk memberikan berita yang disampaikan kepada orang lain harus benar dan jelas, yang mana dijelaskan dalam surat Al-Ahzab ayat 70 yaitu:

²⁷ Wulan Amelia Fernanda, Juliana Nasution, Dan Purnama Ramadani Silalahi, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan Dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia,' *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*. Vol 1, No. 4 (14 Agustus 2024), hlm. 79–89.

²⁸ Pratiwi, Hana Dian. 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online (Studi Pada Konsumen Ongisnadestore. Com),' *Jurnal (Fakultas Psikologi Universitas Brawijaya: Malang 2013)*, hlm. 4.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”. (Q.S. Al-Ahzab: 70).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT menyuruh hamba-hamba-Nya yang beriman agar bertaqwa kepada-Nya serta hendaklah meraka mengatakan perkataan yang baik dan benar (tidak menyimpang). Kaitannya dengan reputasi perusahaan adalah, reputasi perusahaan dapat dibangun dengan baik jika pemberian informasi antara seseorang dengan orang lain baik, dan terlebih dahulu orang yang memberikan pesan pernah menikmati produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.²⁹

c. Indikator Reputasi

Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel reputasi perusahaan yaitu, keandalan layanan, inovasi teknologi, kualitas layanan pelanggan.

1) Keandalan Layanan

Keandalan layanan mengacu pada kemampuan aplikasi *mobile banking* untuk beroperasi dengan lancar, stabil, dan konsisten tanpa gangguan atau kesalahan teknis yang menghambat pengguna dalam melakukan transaksi. Keandalan ini penting karena pengguna mengharapkan aplikasi yang selalu siap digunakan kapan pun dibutuhkan.³⁰

²⁹ Fitriani, Eka Laila. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Kc Teluk Betung). *Thesis*. (Uin Raden Intan Lampung, 2018), hlm. 34-35.

³⁰ Rofifah Mau'idzah Hasanah, Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Bogor), *Skripsi* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta: 2015), hlm. 30.

2) Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi yaitu kemampuan bank untuk mengimplementasikan teknologi terbaru dalam aplikasi *mobile banking*, baik itu fitur keamanan, kepercayaan, atau penambahan teknologi baru yang meningkatkan kualitas layanan. Bank yang selalu berinovasi akan dianggap terdepan dalam teknologi dan berkomitmen pada kemajuan.

3) Kualitas Layanan Pelanggan (*Customer Service Quality*)

Kualitas layanan pelanggan yaitu sejauh mana bank menyediakan dukungan yang ramah, cepat, dan efisien untuk membantu pengguna mengatasi masalah atau pertanyaan terkait *mobile banking*. Ini termasuk responsif terhadap keluhan dan pemecahan masalah yang efektif.³¹

6. *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Bankir di industry perbankan saat ini semakin memperhatikan pengesahan perilaku konsumen terkait penggunaan perangkat seluler seperti *handphone* dan tablet, serta aplikasi yang semakin menjadi bagian integral dan kehidupan sehari-hari nasabah. Perangkat seluler tidak hanya digunakan untuk berkonsumsi, tetapi juga sebagai alat multifungsi

³¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 75.

yang memainkan peran penting dalam pekerjaan, pembelajaran, hiburan, belanja, dan aktivitas sosial.³²

Mobil Banking adalah hasil dari kemajuan teknologi dan informasi yang digunakan oleh perbankan. *Mobile banking* berarti menggunakan layanan perbankan dan keuangan melalui telepon seluler. Mengingat kebutuhan masyarakat modern yang sangat bergantung pada mobilitas, dan berkembang sangat cepat. Pada dasarnya, *mobile banking* memudahkan pelanggan melakukan transaksi keuangan dengan melihat rekening tabungan mereka dan melakukan berbagai transaksi tanpa perlu bertemu dengan teller manusia. Di sisi lain, *mobile banking* memiliki kelemahan dan masalah saat digunakan. Dunia perbankan menghadapi masalah besar dengan penggunaan *mobile banking*, termasuk penipuan, pencurian data nasabah, dan kegagalan transaksi. Jadi sangat penting untuk melindungi konsumen yang menggunakan layanan perbankan *mobile* di Indonesia karena bank adalah institusi yang dianut oleh masyarakat.³³

b. Manfaat *Mobile Banking*

Manfaat *Mobile Banking* yaitu sebagai penyedia layanan yang mudah diakses, *Mobile Banking* menawarkan beberapa keuntungan, seperti berikut:

³² Uly Handayani Mukhra Dkk, 'Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah' (Banda Aceh : Syiah Kuala University Press, 2024), hlm.41.

³³ Lubis, Nur Hanifah. Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Bsi Kcp Padangsidimpuan (Studi Kasus Mahasiswa Uin Syahada Padangsidimpuan). *Diss.* Uin Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, 2024.

- 1) Kenyamanan saat bertransaksi kapan saja dan di mana saja
- 2) Kemudahan melakukan transaksi seperti di ATM
- 3) Dapat digunakan pada semua jenis SIM dan ponsel yang menggunakan teknologi GPRS
- 4) Memiliki fitur khusus untuk transfer realtime ke bank dan transfer ke bukaan pemegang rekening.³⁴

c. Perlindungan hukum nasabah pengguna *mobile banking*

- 1) Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998 tentang Perbankan

Pengaturan tentang *mobile banking* tidak terlepas dari Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998, dimana kegiatan *mobile banking* pada khususnya dan penggunaan sarana elektronik lainnya dalam perbankan di Indonesia dimungkinkan oleh adanya Pasal 6 bahwa *bank* dapat melakukan kegiatan usaha lain yang lazim dilakukan oleh *bank* sepanjang tidak bertentangan dengan Undang-Undang ini dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Beberapa ketentuan yang ada dalam Undang-Undang ini yang secara tidak langsung berhubungan dengan perlindungan nasabah adalah *bank* berkewajiban untuk menyediakan informasi mengenai kemungkinan timbulnya risiko kerugian bagi transaksi nasabah yang dilakukan melalui *bank*, kemudian *bank* berkewajiban untuk merahasiakan keterangan nasabah penyimpan dan simpanannya.

³⁴ Nurdin, Nurdin, Et Al. 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Palu).' *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2020. Vol 2. No. 1, hlm. 87-104.

- 2) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 38/POJK.03/2016 tentang Penerapan Manajemen Risiko Dalam Penggunaan Teknologi Informasi oleh *Bank Umum*

Dalam Pasal 27 diatur bahwa *bank* yang menyelenggarakan kegiatan *electronic banking* wajib memenuhi ketentuan Otoritas Jasa Keuangan dan otoritas lain yang terkait, dan *bank* harus memberikan edukasi kepada nasabah mengenai produk *electronic banking* dan pengamanannya secara berkesinambungan. Dalam Pasal juga 28 diatur tentang perizinan produk *electronic banking*.

- 3) Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum

Bank yang menyelenggarakan Layanan Perbankan Elektronik atau Layanan Perbankan Digital, wajib menerapkan manajemen risiko, prinsip kehati-hatian, dan memenuhi ketentuan dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. Pasal 5 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital oleh Bank Umum memuat tata cara permohonan persetujuan Layanan Perbankan Elektronik. Dalam hal perlindungan nasabah, Pasal 21 Ayat (1) menjelaskan, Bank penyelenggara Layanan Perbankan Elektronik atau Layanan Perbankan Digital wajib menerapkan prinsip perlindungan konsumen

sebagaimana dimaksud dalam ketentuan perundang-undangan mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan.³⁵

d. Langkah Mengaktifkan *Mobile Banking*

- 1) Download Aplikasi BSI *Mobile* di *play store*
- 2) Buka aplikasi BSI *Mobile*
- 3) Muncul konfirmasi aktivasi dan registrasi, klik “Aktivasi”
- 4) Setujui syarat dan ketentuan yang ada
- 5) Isi data diri seperti nomor HP, nomor KTP, tanggal lahir, dan nomor rekening
- 6) Masukkan kode OTP yang Anda terima
- 7) Pilih “Input PIN BSI *Mobile*”
- 8) Klik “Selanjutnya”
- 9) Lakukan verifikasi wajah.
- 10) Konfirmasi aktivasi BSI *Mobile* akan muncul, klik “Selanjutnya”
- 11) Anda akan menerima SMS verifikasi dari 3339, klik URL dalam SMS tersebut untuk kembali ke BSI *Mobile*
- 12) Buat PIN BSI *Mobile* baru dan kata sandi untuk login
- 13) Setelah itu anda bisa menggunakan BSI *Mobile Banking*.³⁶

d. Jenis transaksi *mobile banking*, antara lain:

- 1) Transfer dana
- 2) Informasi saldo

³⁵ Agung Budiarto Dan’ Pujiyono, ‘Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Mobile Banking,’ *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Vol. 9, No. 2 (3 Desember 2021), hlm. 300–308.

³⁶ Audy, Gesta Dkk, ” Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Moderndiakses". Vol 01, No. 04. (17 Oktober 2024), hlm. 292-293 .

- 3) Mutasi rekening
- 4) Informasi nilai tukar
- 5) Pembayaran Kartu kredit, PLN, telepon, handphone, listrik, dan asuransi)
- 6) Pembelian (pulsa isi ulang, Voucher HP, E-Money, paket data, Top Up dan berbagai pitur pembelian lainnya).³⁷

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 Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fachri Fatnur Aldani	Pengaruh Keamanan, kepercayaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah <i>Mobile Banking Brimo</i> . Skripsi (Universitas Muhammadiyah Semarang, 5 oktober 2022).	Hasil dari penelitian ini, membahas tentang keamanan tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah <i>mobile banking Brimo</i> , kemudian pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah <i>mobile banking brimo</i> menunjukkan hasil positif, hasil pengujian variabel reputasi menunjukkan pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah <i>mobile banking Brimo</i> , dan pengaruh keamanan, kepercayaan, dan reputasi secara bersamaan menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap

³⁷ Askur Hamid Nst, Elya Rosa Maharani Sembiring, Dkk. "Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking Bsi". Vol 1, No. 2. (01 Januari 2023), hlm. 117.

			loyalitas nasabah Mobile banking Brimo. ³⁸
2	Berlintina Permata Sari	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Jurnal ekonomi dan bisnis, 15 september 2022).	Hasil dari Jurnal ini membahas Digitalisasi tidak hanya sekedar bertujuan untuk memindahkan transaksi manual menjadi otomatis tetapi memudahkan untuk memenuhi kebutuhan konsep bisnis perbankan, menyediakan layanan terkini guna menguatkan <i>customer transaction behavior</i> . ³⁹
3	Rangga Suganda	Analisis terhadap peluang dan tantangan perbankan syariah pada era digital 2023 (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)	Hasil dari Jurnal ini membahas Pada sektor jasa keuangan, perkembangan teknologi dari masa kemasanya telah memberikan perubahan, yang bertujuan untuk mewujudkan layanan keuangan yang efektif dan efisien. Gagasan Inovasi Keuangan Digital (IKD) merupakan salah satu bentuk dorongan atas pemanfaatan teknologi terhadap sektor jasa keuangan. ⁴⁰
4	Dwitya Pratiwi Wulandari	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam, Skripsi (Universitas Islam	Hasil dari penelitian ini, menyatakan bahwa saat ini telah banyak bank yang menyediakan akses Mobile Banking untuk memudahkan dalam hal mengetahui informasi keuangan. Kondisi tersebut merupakan perbaikan dari layanan terhadap nasabah, karena pada kenyataannya dalam

³⁸ Fachri Fatnur, Aldani 'Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Brimo', *Thesis* (Universitas Muhammadiyah Semarang," 5 Oktober 2024), hlm. 24."

³⁹ Berlintina Permatasari, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca,' *Journals Of Economics And Business*, Vol 2, No. 2 (15 September 2022), Hlm. 1–16."

⁴⁰ Rangga Suganda, "Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Di Gital" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9, No. 1 (13 Maret 2023), hlm. 677–83."

		Negeri Sumatea Utara Medan, 2018)	melaksanakan setiap transaksi perbankan setiap nasabah minimal membutuhkan waktu kurang lebih 10 menit berada dalam antrian. ⁴¹
5	Bima	Peluang dan Tantangan Bank Syariah Di Era Digital (Jurnal Ekonomi Syariah 8 Mei 2024)	Hasil dari Jurnal ini, Menyatakan bahwa Perkembangan bank syariah cukup pesat di era digital seperti sekarang ini sehingga menjadi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh bank syariah agar bisa bertahan dan bersaing dengan lembaga keuangan lainnya yang bergerak dilembaga perbankan baik itu jasa atau produk yang menawarkan berbagai macam segala kebutuhan yang memudahkan aktivitas manusia dalam melakukan transaksi. ⁴²
6	Nilta Lutfiani	Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), Skripsi (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023)	Hasil dari penelitian ini, menyatakan bahwa Pengaruh faktor Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi terhadap keputusan masyarakat menggunakan layanan mobile banking secara Bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan mobile banking di bank syariah. ⁴³

⁴¹ Dwitya Pratiwi Wulandari, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam, Skripsi (Universitas Islam Negeri Sumatea Utara Medan, 2018), hlm. 13.”

⁴² Bima “Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Era Digital, (*Jurnal Ekonomi Syariah*), Diakses 8 Mei 2024.”

⁴³ Nilta Lutfiani, " Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang 2023), Hlm. 55-52.

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

1. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fachri Fatnur Aldani (2022) yaitu terletak pada metode penelitian yaitu sama-sama kuantitatif dan analisis datanya sama-sama menggunakan SPSS. Landasan teori penelitian terdahulu dan saat ini sama-sama mengkaji terkait dengan Mobile Banking dan menjadikan Keamanan, Kepercayaan dan reputasi sebagai variabel dependent (bebas). Adapun perbedaannya penelitian terdahulu yaitu menjadikan Loyalitas Nasabah sebagai variabel *Indevendent* (terikat) serta peneliti terdahulu juga menjadikan Brimo sebagai subjek dalam penelitiannya, data yang digunakan dalam penelitiannya yaitu primer dan skunder dan teknik menentukan sampelnya dengan rumus slovin Sedangkan penelitian ini Keputusan Nasabah menjadi variabel *indevendent* (terikat) serta BSI Mobile sebagai subjek dalam penelitian ini, data yang digunakan dalam peneliti ini hanya menggunakan data primer, dan Teknik menentukan sampelnya dengan rumus yamane.
2. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Berlinta Permata Sari (2022) yaitu terletak pada metode yang digunakan sama-sama kuantitatif dan sama-sama membahas tentang *Mobile Banking* dalam perbankan syariah dengan variabel keamanan, dan kepercayaa sebagai variabel *dependent* (bebas), dengan jenis penelitian kuantitatif. Adapun Perbedaannya penelitian terdahulu yaitu metode analisis datanya menggunakan SmartPL sedangkan peneliti saat ini menggunakan Spss dan peneliti terdahulu

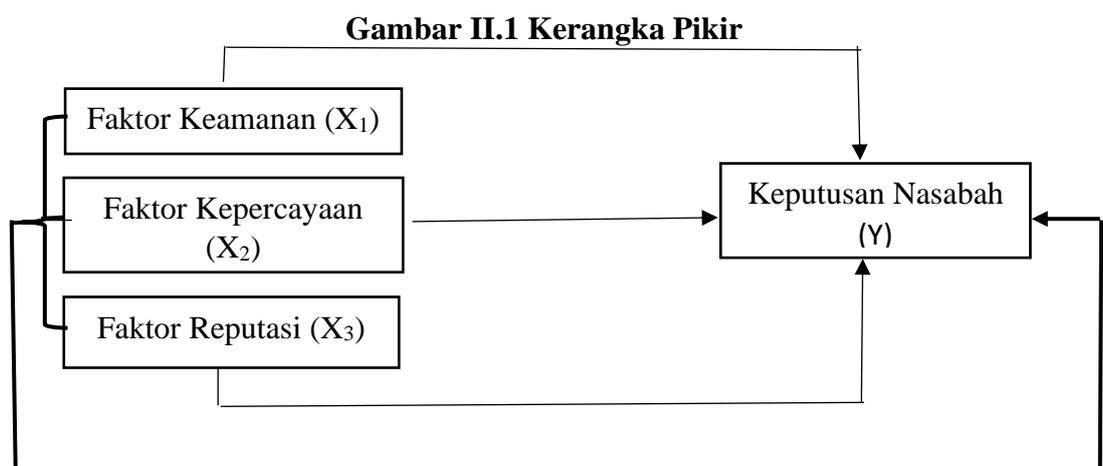
menjadikan kepuasan sebagai variabel *independent* (terikat) sedangkan peneliti saat ini menggunakan keputusan nasabah sebagai variabel *independent* (terikat).

3. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Rangga Suganda (2023), yaitu sama-sama membahas tentang era digital dalam perbankan syariah. Adapun perbedaannya yaitu metode yang digunakan penelitian terdahulu yaitu kualitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kuantitatif membahas tentang peluang dan tantangan dalam perbankan syariah.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Dwitya Pratiwi Wulandari (2018), yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, analisis datanya sama-sama menggunakan Spss, dan membahas tentang keamanan, kepercayaan, dan reputasi terhadap menggunakan mobile banking. Adapun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan data sekunder sedangkan peneliti saat ini menggunakan data primer, dan minat sebagai variabel (Y) nya, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan Keputusan sebagai variabel (Y) nya.
5. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Bima (2024) yaitu sama-sama membahas tentang digital banking. Adapun perbedaannya penelitian terdahulu yaitu metode yang digunakan yaitu kualitatif sedangkan peneliti saat ini menggunakan metode kuantitatif membahas tentang peluang dan tantangan, sedangkan penelitian ini membahas menggunakan mobile banking.

6. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Nilta Lutfiani (2023) yaitu metode yang digunakan sama-sama kuantitatif, analisis data yang digunakan yaitu sama-sama Spss, dan sama-sama menggunakan variabel (X_1) Keamanan dan variabel (Y) sebagai keputusan menggunakan mobile banking. Adapun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan data sekunder sedangkan peneliti saat ini menggunakan data primer, dan Penelitian terdahulu menggunakan Variabel (X_2) Kemudahan sedangkan penelitian ini menggunakan variabel kepercayaan dan penelitian terdahulunya menggunakan variabel (X_3) Gaya hidup sedangkan penelitian ini menggunakan Reputasi.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah model pemikiran atau konseptual tentang bagaimana teori mempunyai hubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴² Dapat diidentifikasi sebagai berikut:



Keterangan :

Hubungan Secara Parsial \longrightarrow

Hubungan Secara Simultan \longrightarrow

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁴³ Oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dari sisi lain juga dikatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara suatu masalah yang diajukan dalam

⁴² Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta, 2019), hlm. 44.

⁴³ Sugiyono. *"Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D (2011)*, hlm. 64.

penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Ha₁ Terdapat pengaruh Keamanan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantauprapat).
- Ha₂ Terdapat pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantauprapat).
- Ha₃ Terdapat pengaruh Faktor Reputasi secara parsial terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantauprapat).
- Ha₄ Terdapat pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi secara simultan terhadap keputusan nasabah menggunakan mobile banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantauprapat).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Pasar Gelugur, Kel. Sirandorung, Rantauprapat, Kec. Rantau Utara, Kab. Labuhan Batu, dan waktu penelitiannya dilakukan pada bulan April-Juni 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini jika dilihat dari eksplanasinya adalah penelitian Kuantitatif dengan analisis deskriptif, yaitu suatu penelitian yang mengumpulkan data berupa bilangan atau angka dalam penelitian. Analisis deskriptif yaitu menggambarkan dan juga menjelaskan objek penelitian sesuai data yang di peroleh dalam penelitian.¹

C. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian, apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Dalam konteks penelitian Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking di BSI KCP Rantau Prapat (Studi Kasus Pasar Gelugur, Kel. Sirandorung, Rantauprapat, Kec. Rantau Utara, Kab. Labuhan Batu).

¹ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta, 2015), <https://idr.Uin-Antasari.Ac.Id/5014/>.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pedagang yang berjualan di Pasar Gelugur, dengan jumlah sebanyak 400 orang. Karena jumlah populasi relatif besar, maka peneliti tidak mengambil seluruh populasi sebagai responden, melainkan menggunakan teknik pemilihan responden dari populasi akan dilakukan secara acak (random sampling) agar setiap pedagang memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel.²

D. Sampel

Sampel adalah sebagai atau wakil populasi yang diteliti. Apabila penelitian sampel ini bermaksud untuk mengeneralisasikan hasil penelitian, mengeneralisasikan yaitu mengangkat kesimpulan populasi.¹

Dalam penelitian ini menggunakan rumus Yamane, Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

N: 400

e: 0,1

Maka perhitungannya:

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,1)^2}$$

$$n = \frac{400}{1 + 400(0,01)}$$

$$n = \frac{400}{1 + 4}$$

² Ismail, Kordinator Pengelola Pasar Gelugur Rantau Prapat. Wawancara, (Rantau Prapat, 16 November 2024).

¹ Dr Zainuddin Rahman, *Pengantar Statistika* (Indonesia Prime, 2016), hlm. 26.

$$n = \frac{400}{5}$$

$$n = 80$$

Jadi, sampel yang diambil penelitian adalah 80 orang pedagang.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut teori Endang merupakan kegiatan dadahului oleh penentuan Teknik, penyusunan, dan pengujian instrument pengumpulan data yang digunakan.⁴ Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Untuk memperkuat data yang diperoleh maka perlu adanya proses pengumpulan data yang meliputi:

1. Angket (kuisisioner)

Kuisisioner adalah instrument atau alat penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang dirancang untuk mengumpulkan informasi dari responden.⁵

Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert

Pernyataan	Skala Likert	Bobot Skor
Sangat setuju (SS)	5	5
Setuju (S)	4	4
Kurang setuju (KS)	3	3
Tidak setuju (TS)	2	2
Sangat tidak setuju (STS)	1	1

⁴ Endang Widi Winarni, *Teori Dan Praktik Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Ptk, R & D* (Bumi Aksara, 2021). Hlm. 10.

⁵ Prof Dr Yusrizal M.Pd Dan Rahmati Pd M., *Pengembangan Instrumen Afektif & Kuesioner* (Pale Media Prima, 2022), hlm. 15.

2. Dokumentasi

Merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumentasi bisa berupa momen, bentuk tulisan, foto-foto, atau karya dari seseorang. Dokumen bertujuan untuk membuktikan bahwa penelitian tersebut terjadi dilapangan.⁶ Dalam penelitian ini penulis mencari data dengan penelitian berupa tulisan, foto-foto untuk mendukung penelitian.

F. Metode Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan Langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utamanya adalah mendapatkan data. Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23 sebagai alat hitung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner dan uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan seluruh data sampel yang telah terkumpul. Uji validitas dikatakan valid apabila pernyataan kuesioner dapat diungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut dengan menggunakan taraf signifikansi 5%.

⁶ Thalha Alhamid, "Instrumen Pengumpulan Data Kualitatif" (Osf, 11 Februari 2019).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah syarat yang menunjukkan sejauh mana status alat ukur dapat dipercaya atau dapat di andalkan. Jika suatu alat pengukur dapat di pakai dua kali, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat ukur pengukur tersebut reliabel.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrument dalam suatu variable instrument yang dipakai dikatakan andal.

- a. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ maka instrument yang dipakai dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $< 0,6$ maka instrument yang dipakai dalam penelitian ini tidak dapat dinyatakan reliabel.⁷

3. Uji Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif merupakan susunan teknik yang meliputi teknik mulai dari pengumpulan data, penyajian dan peringkatan data. Analisis deskriptif memiliki tujuan untuk mendapatkan maksimum, minimum, mean dan standar devition dari data yang sudah terkumpul.⁸

⁷ Ovan Dan Andika Saputra, *Cami: Aplikasi Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web* (Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia, 2020).

⁸ Syofian Siregar, *Statistic Parametrik Untuk Penelitian Kuantatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang menghasilkan dari regresi terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang berdistribusi secara umum. Dalam uji normalitas menggunakan metode one sample *Kolmogorov-smilrov* dengan kriteria pengujianya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan nilai residual tidak berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan nilai residual berdistribusi normal.⁹

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan salah satu asumsi penggunaan analisis regresi. Cara untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas yaitu dengan dilihat dari nilai *tolerance* dan *VIF (variance inflation factor)*, dimana jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan *VIF* > 10 maka terjadi multikolinieritas, namun jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinieritas.¹⁰

⁹ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat* (Elex Media Komputindo 2010), hlm. 33.

¹⁰ Agus Purwoto. "Panduan Lab Statistik Inferensial (Grasindo, 2018), hlm. 34.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan suatu uji asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam analisis regresi. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi bias atau tidak dalam suatu analisis model regresi. Biasanya jika dalam suatu model analisis regresi terdapat bias atau penyimpangan, estimasi model yang akan dilakukan menjadi sulit dikarenakan varian data yang tidak konsisten.

1) Sig > 0,05 artinya tidak heteroskedastisitas

2) Sig < 0,05 artinya data terkena heteroskedastisitas.¹¹

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model persamaan yang menjelaskan hubungan suatu variable tak bebas *response* (Y) dengan dua atau lebih variable bebas. Tujuan dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variable tak bebas apabila nilai-nilai variable bebasnya/predictor (X_1, X_2, X_3) diketahui.¹²

Disamping itu juga untuk dapat mengetahui bagaimanakah penelitian ini untuk mengetahui Keamanan (X_1), Kepercayaan (X_2), Reputasi (X_3) dan Keputusan Nasabah (Y) dengan hubungan variable tak bebas dengan variable-variabel bebasnya.

Persamaan regresi linier berganda secara matematik diekspresikan oleh:

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

¹¹ Zulaikha Matondang And Hamni Fadillah Nasution, *Praktik Analisa Data Pengolahan Ekonomi Dengan Eviews & Spss* (Medan: Merdeka Kreasi, 2021), Hlm. 25-26.

¹² Djaali, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara, 2021). 25-27.

Yang mana:

Y= Variabel dependen

x= Variabel independent

a= Konstanta

b= Koefisien regresi linear berganda

e= Error.¹³

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu variable independen secara parsial terhadap variasi variable dependen.

Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji t ialah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara parsial (individual) tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- 2) Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan jika probabilitas (signifikansi) $< 0,05$, maka H_0 ditolak, artinya variabel independent secara parsial (individual) mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau uji simultan ini pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Cara yang digunakan ialah dengan melihat besarnya nilai probabilitas signifikan-nya.

¹³ Damodar N. Gujarati, *Dasar-Dasar Ekonometrika, Jilid 1* (Erlangga, 2021), hlm 23.

Apabila nilai probabilitas signifikannya $< 5\%$ maka variabel independen atau variabel bebas akan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun dasar pengambilan kesimpulan pada uji F ialah sebagai berikut:

- 1) Apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan jika probabilitas (signifikansi) $> 0,05$, maka H_0 diterima, artinya variabel independen secara simultan atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
- 2) Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan jika probabilitas (signifikansi) lebih kecil dari $0,05$, maka H_0 ditolak, artinya variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.¹⁴

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan sebuah koefisien yang menunjukkan persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Persentase tersebut menunjukkan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Semakin besar koefisien determinasinya maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya nilai R^2 yaitu antara $0 - 1$ ($0 < R^2 < 1$) koefisien determinasi ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Nilai R-Square dikatakan baik apabila nilainya $> 0,5$ karena

¹⁴ Sucipto Hariyanto, Bambang Irawan, Dan Thin Soedarti, *Teori Dan Praktek Ekologi* (Airlangga University Press, 2008).

nilai dari R^2 mendekati 1, maka sebagian besar variabel independen menjelaskan variabel dependen, sedangkan apabila koefisien determinasi adalah 0, maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.¹⁵

¹⁵ I. Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata* (Anak Hebat Indonesia, 2020). 40-44.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Letak Geografis Pasar Gelugur

Pasar gelugur adalah salah satu dari pasar yang ada di kota Rantauprapat yang masih aktif hingga saat ini. Pasar gelugur terletak di Jl.Gelugur silandorong, Kota Rantauprapat, Kabupaten Labuhan Batu, Sumatera Utara. Kota Rantauprapat merupakan Ibu-Kota dari Kabupaten Labuhan Batu, Kota Rantauprapat memiliki luas 17.679 Ha (176.79 km²) atau 2.4% dari wilayah Sumatera Utara. Secara geografis, Rantauprapat terletak pada 2°09'30.4"– 2°00'57.7" Lintang Utara dan 99°46'30.8"– 99°53'06.8" Bujur Timur.

Kota Rantauprapat terdiri dari 2 kecamatan dan 19 kelurahan yang terdiri dari:

a. Kecamatan Rantau Selatan dengan jumlah 9 Kelurahan/Desa yaitu:

- 1) Kelurahan/Desa Bakaran Batu
- 2) Kelurahan/Desa Ujung Bandar
- 3) Kelurahan/Desa Lobu Sona
- 4) Kelurahan/Desa Sidorejo
- 5) Kelurahan/Desa Sigambal
- 6) Kelurahan/Desa Perdamean
- 7) Kelurahan/Desa Danobale
- 8) Kelurahan/Desa Sioldengan

9) Kelurahan/Desa Urung Kompas

b. Kecamatan Rantau Utara dengan jumlah 10 Kelurahan/Desa yaitu:

1) Kelurahan/Desa Padang Matingi

2) Kelurahan/Desa Rantauprapat

3) Kelurahan/Desa Siringo-Ringo

4) Kelurahan/Desa Padang Bulan

5) Kelurahan/Desa Sirandorong

6) Kelurahan/Desa Bina Raga (Rinaraga)

7) Kelurahan/Desa Cendana h. Kelurahan/Desa Kartini

8) Kelurahan/Desa Aek Paing

9) Kelurahan/Desa Pulo Padang.¹

2. Sejarah Pasar Gelugur

Pasar gelugur adalah salah satu pasar yang masih aktif hingga saat ini. Pasar ini diresmikan pada Juni 2009. Pasar gelugur dibangun untuk menggantikan pasar yang sebelumnya yaitu pasar Baru. Pergantian itu dikarenakan pasar sebelumnya tidak memiliki luas lokasi yang cukup untuk menampung para pedagang. Pasar Gelugur memiliki luas +_2.000 m². Pembangunan Pasar Gelugur ini memakan dana 21 Miliard yang didapat dari dana APBD. Pembangunan Pasar gelugur ini sudah direncanakan pemerintah sejak tahun 2005 namun terlaksana diakhir tahun 2007 hingga selesainya pada Januari tahun 2009.

¹ Rantau Prapat (Kota),” Dalam *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, 15 Oktober2024,[https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Rantau_Prapat_\(Kota\)&oldid=26423509](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Rantau_Prapat_(Kota)&oldid=26423509).

Dahulunya sebelum pembangunan Pasar gelugur daerah/ lokasi ini adalah tempat pemakaman etnis Tionghoa seluas 800m², taman pendidikan kanak-kanak, perkebunan masyarakat setempat, dan sisanya lahan kosong. Tempat ini sengaja dipilih oleh pemerintah Kabupaten Labuhan Batu sebagai lokasi Pasar sangat strategis karena tidak begitu dekat dengan pusat Kota Rantauprapat yang dapat menimbulkan kemacetan nantinya. Kemudian lebih dekat dengan Jalan lintas Sumatera yang hanya berjarak 1 KM. Dan salah satu lokasi yang masih banyak memiliki lokasi yang kosong.

Pasar gelugur ini dibangun dengan konsep dasar Pasar tradisional namun memiliki peralatan pralatan modern seperti adanya eskelator atau disebut dengan tangga berjalan dari lantai 1 menuju lantai 2. Pasar Gelugur ini letaknya sangat strategis dan setiap hari banyak dikunjungi masyarakat yang ingin berbelanja baik untuk kebutuhan sehari-hari atau lainnya seperti halnya pada pasar lain. Pasar Gelugur ini menjual barang kebutuhan harian, seperti pakaian, perhiasan, barang-barang elektronik, barang-barang kebutuhan rumah tangga, segala jenis lauk pauk dan lainnya.²

3. Peran Pasar Gelugur

Peran Pasar gelugur tidak berbeda dengan peran pasar pada umumnya. Bagi konsumen, adanya Pasar gelugur ini sangat membantu atau mempermudah memperoleh barang yang dibutuhkan masyarakat, baik untuk kebutuhan sehari hari maupun lainnya. Sementara bagi produsen adanya

²Taufiq, "Pajak Gelugur," Gurusiana, Diakses 26 April 2025, <https://www.gurusiana.id/read/taufiq202951/article/pajak-gelugur-1026590>.

peranan pasar sebagai salah satu tempat untuk menyalurkan barang hasil produksi.

Secara umum pasar mempunyai beberapa fungsi yaitu sebagai berikut:

a. Pasar sebagai sarana distribusi

Sebagai sarana distribusi pasar dapat memperlancar proses penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Dengan adanya pasar, produsen dapat berhubungan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk menawarkan hasil produksinya kepada konsumen. Di Pasar Gelugur kegiatan ini berjalan dengan lancar, banyak dari para produsen yang mendistribusikan barang hasil produksinya di Pasar Gelugur.

b. Pasar sebagai bentuk harga

Pasar merupakan tempat pertemuan antara penjual dan pembeli. Di Pasar tersebut penjual menawarkan barang-barang atau jasa kepada pembeli. Pembeli yang membutuhkan barang atau jasa akan berusaha menawar dari harga barang atau jasa tersebut, sehingga terjadilah tawar menawar antara kedua belah pihak. Setelah terjadai kesepakatan antara penjual dan pembeli terbentuklah harga. Dengan demikian, pasar berfungsi sebagai pembentuk harga. Harga yang telah menjadi kesepakatan tersebut, tentunya sudah diperhitungkan oleh penjual dan pembeli. Penjual tentu telah memperhitungkan laba yang diinginkan. Sedangkan pembeli telah memperhatikan manfaat barang yang ingin dibeli serta kegunaannya.

c. Pasar sebagai sarana promosi

Pasar sebagai sarana promosi artinya di Pasar tersebut menjadi tempat untuk memperkenalkan dan menginformasikan suatu barang baik itu merk, jenis barang, manfaat, keunggulan, ciri khas dan lainnya kepada konsumen. Promosi dilakukan untuk menarik minat pembeli terhadap barang dan jasa yang diperkenalkan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai macam cara antara lain memasang spanduk, menyebarkan brosur, pameran dan lainnya yang bertujuan untuk menarik minat para konsumen.³

B. Hasil Analisi Data

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan melibatkan 80 responden, yang mana masing-masing variabel diukur menggunakan sejumlah pertanyaan, yaitu 5 pertanyaan untuk variabel keamanan (X_1), dan 6 pertanyaan untuk variabel kepercayaan (X_2), reputasi (X_3), keputusan nasabah (Y). Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka, item soal angket tersebut dinyatakan valid begitupun sebaliknya. Untuk mengetahui validitas pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilihat dari correlation item total dari hasil output SPSS versi 23 pada tabel di bawah ini:

³ Driving Directions To Pasar Gelugur Rantauprapat, Gelugur, Rantau Prapat,” Waze, Diakses 26 April 2025, <https://www.waze.com/live-map/directions/pasar-gelugur-rantauprapat-rantau-prapat?to=place.w.65404949.654246097.12456545>.

Tabel IV.1 Keputusan Nasabah (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,838	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=80-2=78$. Pada taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2199$.	Valid
Y.2	0,912		Valid
Y.3	0,856		Valid
Y.4	0,848		Valid
Y.5	0,912		Valid
Y.6	0,915		Valid

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.1 hasil uji validasi pada variabel Y menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel Y dinyatakan valid.

Tabel IV.2 Keamanan (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,810	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=80-2=78$. Pada taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2199$.	Valid
X1.2	0,824		Valid
X1.3	0,800		Valid
X1.4	0,776		Valid
X1.5	0,829		Valid

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.2 hasil uji validasi pada variabel X1 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan

menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X1 dinyatakan valid.

Tabel IV.3 Kepercayaan (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,764	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=80-2=78$. Pada taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2199$.	Valid
X2.2	0,809		Valid
X2.3	0,678		Valid
X2.4	0,710		Valid
X2.5	0,883		Valid
X2.6	0,633		Valid

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.3 hasil uji validasi pada variabel X2 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X2 dinyatakan valid.

Tabel IV.4 Reputasi (X3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X3.1	0,631	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=n-2=80-2=78$. Pada taraf signifikansi 5% (0,05) sehingga diperoleh $r_{tabel}=0,2199$.	Valid
X3.2	0,919		Valid
X3.3	0,932		Valid
X3.4	0,921		Valid
X3.5	0,892		Valid
X3.6	0,877		Valid

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.4 hasil uji validasi pada variabel X3 menunjukkan bahwa nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan menunjukkan angka lebih besar dari r_{tabel} . Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel X3 dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Hasil pengolahan data yang peneliti lakukan diperoleh hasil uji reliabilitas variabel Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi terhadap Keputusan Nasabah sebagai berikut:

Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
X1	0,973	5	Reliabel
X2	0,976	6	Reliabel
X3	0,974	6	Reliabel
Y	0,973	6	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Dari Tabel IV.5 hasil uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$. Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa variabel dinyatakan reliabel karena telah melewati batas koefisien reliabilitas sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel layak digunakan sebagai alat ukur.

3. Hasil Uji Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif variabel ini perlu dilakukan untuk melihat gambaran data secara umum seperti nilai rata-rata (Mean), tertinggi (Max), terendah (Min), dan standar deviasi dari masing-masing variabel yaitu Keamanan (X1), Kepercayaan (X2), Reputasi (X3), dan Keputusan Nasabah (Y).

Tabel IV.6 Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Daviation
X1	80	5.00	25.00	10.1000	2.63184
X2	80	7.00	30.00	12.4875	2.98093
X3	80	6.00	30.00	12.3625	3.23448
Y	80	6.00	30.00	11.8750	3.55205
Valid N (listwise)	80				

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.6 Uji Deskriptif yang telah dilakukan, data yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel Y dapat dideskripsikan nilai Minimum 6.00, nilai Maximum 30.00, nilai Mean 11.8750, dan Standar Deviasinya 3.55205.
- b. Variabel X1 dapat dideskripsikan nilai Minimum 5.00, nilai Maximum 25.00, nilai Mean 10.1000, dan Standar Deviasinya 2.63184.

- c. Variabel X2 dapat dideskripsikan nilai Minimum 7.00, nilai Maximum 30.00, nilai Mean 12.4875, dan Standar Deviasinya 2.98093.
- d. Variabel X3 dapat dideskripsikan nilai Minimum 6.00, nilai Maximum 30.00, nilai Mean 12.3625, dan Standar Deviasinya 3.23448.

4. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini digunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Ditunjukkan pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14325476
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.063
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.7 hasil uji normaliltas, diketahui nilai *kolmogrov-Smirnov* adalah sebesar 0,200 yang mengindikasikan bahwa berdistribusi normal karena tingkat signifikansinya (*asyp. Silg. 2-tailleld*) sebesar $0,200 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah “jika nilai variance inflation factor (vif) < 10 dan nilai toleransi $> 0,1$.”

Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinieritas

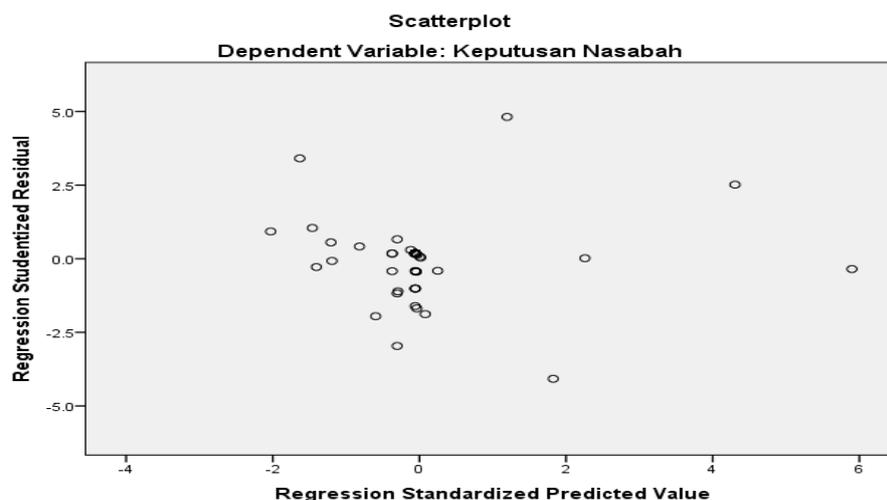
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	X1	.163	6.127
	X2	.286	3.496
	X3	.229	4.366
a. Dependent Variable: Y			

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.8 hasil uji multikolinieritas, diketahui bahwa nilai VIF untuk X1 sebesar $6,127 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X1 yaitu $0,163 > 0,1$ pada variabel X2 nilai VIF sebesar $3,496 < 10$. dan nilai tolerance pada variabel X2 yaitu $0,286 > 0,1$, pada variabel X3 nilai VIF sebesar $0,436 < 10$, dan nilai tolerance pada variabel X3 $0,229 > 0,1$. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa pada hasil uji tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas merupakan salah satu uji persyaratan yang harus terpenuhi dalam analisis regresi. Disini uji yang saya gunakan yaitu *Scatter Plot* yang mana uji *Scatter Plot* memunculkan output gambar, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel IV.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar IV.9, dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas. Titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Namun, untuk memperkuat hasil tersebut dan memperoleh bukti yang lebih objektif, peneliti juga melakukan uji heterokedastisitas secara statistik menggunakan uji *Glejser*.

Tabel IV.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas uji Glejser Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.789	.841		-.938	.351
X1	.990	.138	.734	7.193	.413
X2	.022	.129	.019	.173	.863
X3	.193	.092	.176	2.088	.673

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.10 uji heteroskedastisitas Glejser, diketahui nilai signifikansi antara nilai X1 dengan nilai 0,413, X2 dengan nilai 0,863, dan X3 dengan nilai 0,673 dengan absolut residual $> 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada semua variabel independen tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel IV.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.789	.841		-.938	.351
X1	.990	.138	.734	7.193	.000
X2	.022	.129	.019	.173	.863
X3	.193	.092	.176	2.088	.040

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.11 hasil uji regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$KN = -0,789 + 0,990 + 0,022 + 0,193 + 0,841$$

- 1) Nilai Konstanta yang di peroleh sebesar -0,789 maka bisa diartikan jika variabel independent bernilai 0 (konstan) variabel dependen -0,789.
- 2) Nilai Koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,990 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat 1 persen maka variabel Y juga

meningkat menjadi 0,990 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel independent dan dependen.

- 3) Nilai Koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,022 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat 1 persen maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,022 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel independent dan dependen.
- 4) Nilai Koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,193 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X3 meningkat 1 persen maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,193 persen. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel independent dan dependen.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

**Tabel IV.12 Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.789	.841		-.938	.351
X1	.990	.138	.734	7.193	.000
X2	.022	.129	.019	.173	.863
X3	.193	.092	.176	2.088	.040
a. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Dari Tabel IV.12 hasil uji parsial (uji t), dapat dilihat pengaruh variabel X1, X2, dan X3 dimana nilai tabel yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, yang mana df (derajat kebebasan), n (jumlah populasi), dan k

(jumlah variabel bebas atau indeviden), dapat dihitung dengan $80-3-1=76$ sebesar 1,665 yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa $t_{hitung} X1= 7,193 > t_{tabel} = 1,665$. Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi variabel Keamanan memiliki nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak artinya secara parsial keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
- 2) Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa $t_{hitung} X2= 0,173 < t_{tabel}=1,665$. Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi, variabel Kepercayaan memiliki nilai $sig > 0,05$ ($0,863 > 0,05$), maka H_{o2} diterima dan H_{a2} ditolak. Artinya, secara parsial Kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.
- 3) Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa $t_{hitung} X3= 2,088 > t_{tabel}=1,665$. Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi, variabel Reputasi memiliki nilai $sig < 0,05$ ($0,04 < 0,05$), maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Artinya, secara parsial Reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

b. Uji Simultan (Uji F)

**Tabel IV.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	780.850	3	260.283	91.624	.000 ^b
Residual	215.900	76	2.841		
Total	996.750	79			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2.

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.13 hasil uji simultan (F) dapat diperoleh dari rumus $df=n-k-1$ atau $80-3-1= 76$ sebesar 3,12 dilihat bahwa nilai $F_{hitung}=91,624 > F_{tabel}=3,12$. Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi, diperoleh nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, secara simultan variabel Keamanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Reputasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah dalam menggunakan mobile banking.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

**Tabel IV.14 Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.783	.775	1.685

a. Dependent variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2.

Sumber: Data diolah dengan Spss Versi 23

Berdasarkan Tabel IV.14 hasil analisis koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R^2 sebesar 0,775 atau 77,5%. Hal ini menunjukkan bahwa

77,5% variasi dalam Keputusan Nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Keamanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Reputasi (X3) secara bersama-sama. Artinya, ketiga variabel independen ini dapat menjelaskan sekitar 77,5% dari perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen (Keputusan Nasabah). Sisanya, yaitu 22,5%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini, yang mungkin berkaitan dengan faktor eksternal atau variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan Peneliti

Hasil penelitian yang peneliti uji dari judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* BSI”. Dengan jumlah responde 80. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Keamanan, kepercayaan dan reputasi mampu memengaruhi keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* sebesar 77,5%, sedangkan sisanya 22,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini seperti kemudahan penggunaan, manfaat, dan kenyamanan penggunaan.

1. Pengaruh Keamanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

keamanan sangat penting, dan dengan sistem keamanan yang baik, pelanggan tidak khawatir tentang keamanan data mereka saat menggunakan *mobile banking*. Ini karena sebagian besar responden mengatakan bahwa bank telah memberikan keamanan saat melakukan transaksi melalui *mobile banking*, dan mereka percaya bahwa *mobile banking* akan melindungi informasi pribadi mereka dan melindungi transaksi mereka. Sebagian besar

orang yang menjawab menunjukkan bahwa bank telah memberikan keamanan saat melakukan transaksi melalui *mobile banking*. Dengan kata lain, jika semakin besar tingkat keamanan yang dirasakan dalam menggunakan *mobile banking*, maka keputusan menggunakan *mobile banking* akan semakin besar. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan menggunakan *mobile banking*, harus diperhatikan dan ditingkatkan faktor keamanan bagi para pengguna. Dengan kata lain, lebih banyak orang akan menggunakan *mobile banking* jika tingkat keamanannya lebih tinggi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keputusan pengguna, faktor keamanan harus diperhatikan dan ditingkatkan.⁴

Secara parsial keamanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} X1 = 7,193 > t_{tabel} = 1,665$. dan nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Menyatakan bahwa keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel Keamanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah pengguna *mobile banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik Keamanan yang dilakukan maka dapat memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah pengguna *Mobile Banking*.

⁴ Rumuar, Anafiah, And Hendrato Setiabudi Nugroho. 'Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z.' *Media Mahardhika* (2024). Vol. 23. No.1, hlm. 190-201.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Fachri Fatnur Aldani, dalam penelitiannya membuktikan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Kepercayaan adalah keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain dalam sebuah hubungan dengan asumsi bahwa orang yang dipercaya akan melakukan apa yang harus mereka lakukan. Dalam konteks *mobile banking*, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan oleh perbankan kepada pengguna, semakin besar nasabah untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut. Semakin banyak orang yang percaya pada *mobile banking*, lebih banyak orang yang akan menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.⁵

Secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} X1 = 0,173 < t_{tabel} = 1,665$. dan nilai $sig < 0,05$ ($0,863 < 0,05$). Menyatakan bahwa kepercayaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Berdasarkan hasil analisis data, variabel kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Penelitian menunjukkan bahwa meskipun kepercayaan merupakan salah satu faktor yang secara teoritis dianggap penting dalam layanan digital, dalam konteks penelitian ini kepercayaan tidak

⁵ Kamila, T. Putri, And Y. Sri Rahayu. 'Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Kota Malang.' *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* (2024). Vol. 5.No. 1, hlm. 49.

menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan nasabah, tetapi disebabkan oleh beberapa hal yaitu, Pertama, konsumen mungkin sudah menganggap penggunaan *mobile banking* sebagai kebutuhan sehari-hari yang praktis, sehingga faktor kepercayaan tidak lagi menjadi pertimbangan utama. Kedua, mereka mungkin sudah sangat percaya pada BSI sehingga tidak ada variasi yang signifikan yang dapat memengaruhi keputusan mereka. Ketiga, komponen lain seperti kemudahan penggunaan, fitur layanan, atau promosi mungkin lebih berpengaruh.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Berlintina Permata Sari, dalam penelitiannya membuktikan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

3. Pengaruh Reputasi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Reputasi yang baik akan terwujud apabila konsumen atau pelanggan merasa puas, aman, dan nyaman saat menggunakan *mobile banking*. Produk dan jasa yang ditawarkan harus memiliki keunggulan unik dan tentunya memiliki banyak manfaat, karena tujuan dari semua ini adalah agar konsumen atau pelanggan mudah mengingat produk tersebut, pelayanan yang baik juga sangat memengaruhi reputasi suatu bank.⁶

Secara parsial Reputasi sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah dengan nilai $t_{hitung} X1 = 2,088 > t_{tabel} = 1,665$. dan nilai $sig < 0,05$

⁶ Fitriani, Eka Laila. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Kc Teluk Betung). Thesis. (Uin Raden Intan Lampung, 2018), Hlm. 34-35.”

($0,04 < 0,05$). Menyatakan bahwa reputasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel reputasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan nasabah pengguna *mobile banking*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik reputasi yang dilakukan maka dapat memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Nasabah pengguna *Mobile Banking*.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Fachri Fatnur Aldani, dalam penelitiannya membuktikan bahwa reputasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah.

4. Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Reputasi Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil uji secara simultan (Uji F) pada penelitian ini, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 91,624 sedangkan F_{tabel} 3,12 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($91,624 > 3,12$). dan nilai signifikan yang diperoleh 0,000 artinya nilai signifikan yang diperoleh kurang dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan variabel Keamanan (X1), Kepercayaan (X2), dan Reputasi (X3) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Nasabah (Y).

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diperoleh persamaan nilai konstanta -0,789, variabel X1 0,990, X2 0,022, dan X3 0,193. Artinya, nilai konstanta yang di peroleh sebesar -0,789 maka bisa diartikan jika variabel independent bernilai 0 (konstan) variabel dependen -0,789, nilai Koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,990 maka bisa diartikan bahwa

jika variabel X1 meningkat 1 maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,990, nilai koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,022 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat 1 maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,022, dan nilai koefisien regresi variabel positif (+) sebesar 0,193 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X3 meningkat 1 maka variabel Y juga meningkat menjadi 0,193. Setiap peningkatan satu pada variabel keamanan, kepercayaan, dan reputasi akan meningkatkan keputusan Nasabah sebesar koefisien masing-masing.

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2), diperoleh nilai R^2 sebesar 0,775 atau 77,5%. Hal ini menunjukkan bahwa 77,5% variasi dalam keputusan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel keamanan (X1), kepercayaan (X2), dan reputasi (X3) secara simultan (Bersama-sama). Artinya, ketiga variabel independent ini dapat menjelaskan sekitar 77,5% dari perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen (keputusan nasabah). Sisanya, yaitu 22,5%, dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini, yang mungkin berkaitan dengan faktor eksternal atau variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

D. Keterbatasan Peneliti

Penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar memperoleh hasil yang sebaik mungkin. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena masih terdapat berbagai keterbatasan.

Beberapa keterbatasan yang dihadapi peneliti selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti masih kurang.
2. Peneliti hanya menggunakan Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi sebagai variabel (X) padahal masih ada variabel lain seperti kemudahan penggunaan, manfaat, dan kenyamanan penggunaan yang mempengaruhi Keputusan menggunakan *mobile banking*.
3. Objek yang digunakan untuk dianalisis sebagai sampel hanya 80 orang.
4. Sampel yang digunakan dalam penelitian hanya berasal dari pedagang dan khususnya pedagang pasar gelugur Rantau Prapat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap nasabah BSI KC Rantau Prapat mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan dalam menggunakan mobile banking, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Keamanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi nasabah terhadap keamanan sistem *mobile banking* yang disediakan oleh BSI, maka semakin besar kemungkinan nasabah untuk memutuskan menggunakan layanan tersebut. Nasabah merasa lebih nyaman dan yakin untuk melakukan transaksi jika sistem dinilai mampu melindungi data pribadi, memiliki autentikasi yang kuat, dan meminimalkan risiko kejahatan siber.
2. Kepercayaan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y). Hasil ini menandakan bahwa kepercayaan, dalam konteks ini, bukan merupakan faktor utama yang mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking*. Kemungkinan besar nasabah sudah memiliki tingkat kepercayaan yang cukup terhadap bank secara umum, sehingga tidak menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan. Hal ini juga bisa disebabkan oleh dominannya faktor kenyamanan atau kemudahan dalam

3. Reputasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah (Y).
Reputasi BSI sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya dan terus berkembang memberikan pengaruh positif terhadap keputusan nasabah. Reputasi yang baik menciptakan citra positif yang memotivasi nasabah untuk mencoba dan terus menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini menegaskan bahwa citra dan kredibilitas lembaga keuangan menjadi bagian penting dalam proses pengambilan keputusan oleh nasabah.
4. Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Meskipun secara parsial kepercayaan tidak berpengaruh, namun secara bersama-sama ketiga variabel ini tetap memiliki kontribusi yang signifikan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking*. Ini menunjukkan bahwa keputusan nasabah merupakan hasil dari pertimbangan berbagai aspek yang saling melengkapi.

B. Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti keamanan, kepercayaan, dan reputasi berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* di Pasar Gelugur. Temuan ini memiliki beberapa implikasi penting yang dapat dijadikan pertimbangan oleh pihak perbankan maupun peneliti selanjutnya.

1. Bagi pihak perbankan, hasil ini menegaskan pentingnya peningkatan sistem keamanan, kepercayaan dan reputasi pada layanan *mobile banking*.

2. Secara akademis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu di bidang perilaku konsumen dan teknologi keuangan, khususnya dalam konteks masyarakat ekonomi mikro. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi faktor-faktor lain atau membandingkan perilaku nasabah di berbagai wilayah atau segmen masyarakat yang berbeda.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian skripsi mengenai judul “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Di BSI KC Rantau Prapat (Studi Kasus Pasar Gelugur)”. Adapun saran yang diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pedagang Pasar Gelugur Rantauprapat, Peneliti berharap agar pedagang disarankan untuk mulai mengenal dan mempelajari manfaat dari penggunaan *mobile banking*, terutama dalam mempermudah transaksi harian seperti transfer, pembayaran, atau pembelian pulsa tanpa harus datang ke bank atau ATM. BSI dapat membantu dengan memberikan edukasi yang mudah dipahami melalui sosialisasi langsung ke pasar-pasar tradisional atau kelompok masyarakat. baik terhadap Bank Syariah sehingga pedagang pasar Gelugur Rantauprapat lebih cenderung menggunakan jasa Bank Syariah dibandingkan dengan jasa Bank Konvensional.
2. Bagi Pihak BSI KC Rantau Prapat agar dapat meningkatkan sistem keamanan *mobile banking* secara berkelanjutan, termasuk fitur verifikasi berlapis,

enkripsi data, dan edukasi keamanan kepada nasabah agar semakin memperkuat kepercayaan serta kenyamanan dalam bertransaksi digital.

3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kemudahan penggunaan atau *kualitas layanan digital* yang kemungkinan juga memengaruhi keputusan penggunaan *mobile banking*.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya, Semoga skripsi ini dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan seputar pembahasan keputusan nasabah menggunakan *mobile banking*, peneliti selanjutnya hendaknya untuk memperluas penelitian sehingga memperoleh informasi yang lebih banyak dan lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ma'ruf. (2015). "*Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta.
<https://idr.uin-antasari.ac.id/5014/>.
- Abdus Salam Dz, (2021). 'Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi Dan Tantangan,' *Al-Amwal*, Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah. Vol 10 (1), Juni, hlm. 63–80.
- Adiwijaya, I. Putra, B. G. (2018). 'Kemudahan Penggunaan, Tingkat Keberhasilan Transaksi, Kemampuan Sistem Teknologi, Kepercayaan Dan Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking.' *Jurnal Manajemen Bisnis*. Vol 15 (3), hlm. 135-153.
- Ahmad & Pambudi, B. S. (2020). 'Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri),' *Journal Of Management Studies*. Vol (1), hlm. 17.
- Aini, Ainun. S, Wijyantini. B, & Rusdiyanto. (2022). 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember.' (*National Multidisciplinary Sciences*). Vol 1 (3), hlm. 493-503.
- Aini, Wawancara (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.35).
- Aisyah Nst, Wawancara (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.30).
- Almalis, Ilhaq. M. (2017). "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Persepsi Biaya Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Permatamobile Smartcx Pada Bank Permata Di Surabaya". *Diss*, hlm. 2
- Amelia, Dita, Et Al. (2021). 'Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan.' *Jurnal Manajemen*. Vol. 1 (1), hlm. 11-24.
- Audy, Gesta Dkk, (2024)" Peran Penggunaan Bsi Mobile Banking Dalam Kemudahan Bertransaksi Di Era Moderndiakses". Vol 1 (4), Oktober, hlm. 292-293.
- Azizah, & Nur, P.F. (2022). "Pengaruh Keamanan Dan Reputasi Bank Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Diss* (Universitas Negeri Jakarta), hlm. 33.

- Azzahra & Mega. L. (2021). " Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking. Bs *Thesis*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Syarif Hidayatullah, hlm. 43.
- Budiarto. A & Pujiyono (2021). 'Perlindungan Hukum Nasabah Pengguna Mobile Banking,' *Jurnal* 9 (2), Desember, hlm. 300–308.
- Ismail, Kordinator Pengelola Pasar Gelugur Rantau Prapat. *Wawancara*, (Rantau Prapat, 16 November 2024).
- Bima. (2024). "Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Di Era Digital, (*Jurnal Ekonomi Syariah*), Diakses 8.
- Dina &Martiana. (2024). "Pengaruh/Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Tiuh Balak Pasar Kabupaten Way Kanan). *Diss*, hlm. 24.
- Dina &Martiana. (2024). "Pengaruh/Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Tiuh Balak Pasar Kabupaten Way Kanan). *Diss*, hlm. 26.
- Djaali (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Bumi Aksara), hlm. 25-27.
- Efrianto, G., & Tresnawaty, N. (2021). 'Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan Dan Pengalaman Terhadap Penggunaan Fintech Di Kalangan Masyarakat Kabupaten Tangerang Banten,' *Jurnal Liabilitas*. Vol 6 (1), Februari, hlm 53–72.
- Fernanda, W., A, Juliana., & Purnama Ramadani, P. (2024). 'Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi Perusahaan Dan Teknologi Biometrik Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia,' *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*. Vol 1 (4), Agustus, hlm. 79–89.
- Fachri Fatnur, F & Aldani. (2024). 'Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Brimo', *Thesis* (Universitas Muhammadiyah Semarang), Oktober, hlm. 24.
- Fahrudi, Agung Nugroho Lutfi Imam, A. N. L., Rahimah, A. & Wahyuningtiyas, N. (2023). 'Pengaruh Persepsi Keamanan, Ketersediaan Fitur, Norma Subjektif Terhadap Loyalitas Melalui Keputusan Penggunaan Mobile Banking.' *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 8 (2) ,hlm. 217-231.
- Fattah, Hartina, Riadini, I., & Jamaludin, Dkk. (2022). *Fintech Dalam Keuangan Islam: Teori Dan Praktik*. Publica Indonesia Utama.

- Fitriani., Laila, E. (2018). "Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna E-Banking (Studi Pada Nasabah Bni Syariah Kc Teluk Betung). *Thesis*, hlm. 34-35.
- Hadzami. M. R. & Dkk. (2025). "*Inovasi Dan Strategi Keuangan*". Hlm. 38.
- Hamid. A, Maharani, E. S. (2023). "Persepsi Nasabah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Layanan Fitur Mobile Banking Bsi". Vol 1 (2), Januari, hlm. 117.
- Harlan, D. M. (2020). 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resikoterhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking' *Skripsi*, hlm. 43.
- Hamid, Abdul, & Kismawadi, E., R. (2020). 'Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.' *Jim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*. 1-16.
- Harahap, D., Harahap, R. Z. A., Rukiah, R., Fauzan, M., & Nasution, A. A. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*. Vol. 7 (2).
- Hasanah, R., M. (2016). 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking,' *Skripsi (Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Februari*, hlm. 29.
- Hasanah, R., M. (2016). 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Internet Banking,' *Skripsi (Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta Februari*, hlm. 30.
- Helin. G. (2024). "Teori Perilaku Konsumen". (Cv. Intektual Manifes Media).
- Imas, Pedagang Di Pasar Gelugur Rantau Prapat, Wawancara (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 13.46).
- I. Jaya, M., L. (2020) "*Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*": *Teori, Penerapan, Dan Riset Nyata (Anak Hebat Indonesia)*, hlm. 40-44.
- Ismail, *Manajemen Perbankan: Dari Teori Menuju Aplikasi (Kencana, 2018)*, hlm 205-206.

- Kamila, T. Putri, And Y. Sri Rahayu. (2024). 'Pengaruh Keamanan, Kepercayaan, Dan Risiko Terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Kota Malang.' *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*. Vol. 5 (1), hlm. 49.
- Karara & Dona, M. (2019). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Penggunaan Mobile Banking Melalui Aplikasi Bca Mobile. *Thesis* (Unika Soegijapranata Semarang, hlm. 23.
- Kurniaputra, Yudi, A., & Mochamad Nurhadi. 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko Dan Manfaat Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bri.' *Perbanas Journal Of Business And Banking* (2018). Vol 8 (1), hlm. 112.
- Ledesman, Mario. (2018). "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada Bsm Cabang Bandar Jaya). *Skripsi* (Uin Raden Intan Lampung, hlm. 34.
- Lieny & Livinsia. (2021). 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkalpinang.' *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*. Vol 8 (2), hlm. 5662.
- Maulidiyah & Sakina. (2017). "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya. *Skripsi* (Stie Perbanas Surabaya), hlm. 3.
- Matondang, Z & Nasution, F., H. (2021). "*Praktik Analisa Data Pengolahan Ekonomi Dengan Eviews & Spss* (Medan: Merdeka Kreasi), hlm. 25-26.
- Mesman "Kemampuan Perbankan Syariah Dalam Mengoptimalkan Eksistensi Pada Era Digital 4.0" *Jurnal Mes Management* Diakses, 8 Mei 2024.
- Muamalatuna. (2024). "Ekonomi Dan Perbankan Syariah Di Tengah Era Digital" (Diakses 8 Mei. *Jurnal Uinbanten*.
- Nilta Lutfiani, N. (2023). " Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus), *Skripsi* (Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, hlm. 30.
- Nurdin, Et Al. (2020). 'Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Iain Palu).' *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*. Vol 2 (1), hlm. 87-104.
- Pranoto, M., O., R., & Setianegara, G. (2020). "Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah

Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Pt Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) *Jurnal Finance And Business* Volume 8 (1), Januari, hlm. 3.

Pratiwi, Dian, H. (2013). 'Pengaruh Reputasi Perusahaan Dan Kualitas Website Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen Dalam Bertransaksi Secara Online (Studi Pada Konsumen Ongisnadestore. Com).' *Jurnal (Fakultas Psikologi Universitas Brawijaya: Malang*, hlm. 4.

Padilah, T., N., & Adam, R., I. (2019). 'Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang,' *Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika*, Vol. 5 (2), Desember, hlm. 117–28.

Permatasari, B. (2022). 'Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca,' *Journals Of Economics And Business*, Vol 2, September, hlm. 1–16.

Rani, Atika, & Widyaningsih, M. (2023). "Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Generasi Milenial Menggunakan *Mobile Banking Bsi. Diss* (Uin Raden Mas Said Surakarta), hlm. 56.

Rantau Prapat (2024)." Dalam *Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas*, Oktober. [https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Rantau_Prapat_\(Kota\)&oldid=26423509](https://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Rantau_Prapat_(Kota)&oldid=26423509).

Ruslan, R. (2018). *"Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, (Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada*, hlm. 75.

Rumuar, Anafiah, & Nugroho, H., S. (2024). 'Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Di Kalangan Generasi-Z.' *Media Mahardhika*. Vol. 23 (1), hlm. 190-201.

Sabaruddin Hrp, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul 15.10).

Salim Arianto, *Wawancara* (Rantau Prapat, 27 Oktober 2024, Pukul (14.30).

Santi, I. R. & Erdani, B. (2021). "Technology Acceptance Model (TAM)". Penerbit Nem, hlm. 32.

Suganda, R. (2023) "Analisis Terhadap Peluang Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Di Gital" *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9 (1), Maret, hlm.677–83.

- Sudarsono & Heri. (2022). 'Analisis Niat Nasabah Bank Syariah Untuk Menggunakan Mobile Banking.' *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* (2022), Vol 14 (1), hlm. 78-89.
- Sufitrayati & Nailufar, F. (2018). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Era Di Gital" Banda Aceh Ihtiyath. *Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*. Vol 2 (1), September, hlm. 32.
- Taufiq. "Pajak Gelugur." Gurusiana. Diakses 26 April 2025. <https://www.gurusiana.id/read/taufiq202951/article/pajak-gelugur1026590>.
- Thalha Alhamid, "Instrumen Pengumpulan Data Kualitatif" (Osf, 11 Februari 2019).
- Sugiarti. T. (2021). "Sistem Informasi Keuangan Sekolah Melalui Pendekatan Technology Acceptance Model". Hlm. 2.
- Wulandari, D. (2023). 'Pemasaran Produk Bank Syariah Di Era Digital,' *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol 7 (1) Maret, hlm. 85–92.
- Wulandari, D. P. (2018). "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Pada Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam, *Skripsi*, hlm. 13.
- Waze. (2025). "Driving Directions To Pasar Gelugur Rantauprapat, Gelugur, RantauPrapat." Diakses 26 April. <https://www.waze.com/live-map/directions/pasar-gelugur-rantauprapat-rantauprapat?to=place.w.65404949.654246097.12456545>.
- Yusuf, Ridwan, & H. Undang Juju. (2023). "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian Aplikasi Dana (Survei Pada Pengguna Aplikasi Dana Di Kota Bandung). *Diss.* (Universitas Pasundan Bandung), hlm. 26.
- Zuhirsyan, M., & Nurlinda. (2018). 'Pengaruh Religiusitas Dan Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Bank Syariah' *Al-Amwal. Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syaria'h*. Vol 10 (1) Juni, Hlm. 48–62.

LAMPIRAN 1
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Nur Alaina Nasution
Nim : 21 401 00030
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Sei Sanggul, 17 Desember 2002
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak Ke : 3 dari 3 Bersaudara
Alamat Lengkap : Sei Sanggul, Kec. Panai Hilir, kab. Labuhan Batu
Motto : Apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan
Telepon/No, Hp : 082166710096
Email : nuralainanasution4@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Ayah : Azwaruddin Nasution
Pekerjaan : Buruh Nelayan
Ibu : Darmiah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2009-2015: SDS Darul Aman Medan

Tahun 2015-2018: MTS Al-Ittihadiyah Sei Sangul

Tahun 2018-2021: MAS Al-Washliyah Sei Berombang

Tahun 2021-2025: Program Serjana(S-1) Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

LAMPIRAN 2. TABULASI ANGKET

TABULASI ANGKET KEPUTUSAN NASABAH (Y)

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

40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	5	25
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	5	5	4	5	4	27
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	5	5	26
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24

Keamanan (X1)						
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	4	4	3	4	4	19
2	4	4	4	4	4	20
3	3	4	5	5	5	22
4	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	4	24
6	5	5	4	5	5	24
7	4	5	4	4	4	21
8	4	4	5	4	4	21
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	5	5	4	4	4	22
13	5	5	4	5	4	23
14	5	5	4	4	5	23
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	4	4	20
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	4	4	23
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	3	3	15
24	5	4	4	4	4	21
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	5	5	5	5	5	25
28	5	4	4	4	4	21
29	5	5	4	4	4	22
30	4	4	4	4	4	20
31	4	5	5	5	5	24
32	5	4	4	4	4	21
33	5	4	4	4	4	21
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	4	4	4	22
36	5	5	5	4	4	23
37	5	5	4	5	4	23
38	5	5	4	4	4	22
39	5	4	4	4	4	21
40	4	4	4	4	4	20
41	4	4	5	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20

43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	5	5	4	4	4	22
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	5	5	4	3	5	22
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	5	4	4	5	5	23
59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	4	20
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	4	4	4	20

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

43	4	4	4	2	4	4	22
44	4	4	4	2	4	4	22
45	4	4	4	2	4	4	22
46	4	4	4	2	4	4	22
47	4	4	4	2	4	4	22
48	4	4	4	2	4	4	22
49	4	4	4	2	4	4	22
50	4	4	4	2	4	4	22
51	4	4	4	2	4	4	22
52	4	4	4	2	4	4	22
53	4	4	4	2	4	4	22
54	4	4	4	2	4	4	22
55	4	4	3	2	5	5	23
56	4	4	4	2	4	4	22
57	4	4	4	2	4	4	22
58	4	5	5	2	5	5	26
59	4	4	4	2	4	4	22
60	4	4	4	2	4	4	22
61	4	4	4	2	4	4	22
62	4	4	4	2	4	4	22
63	4	4	4	2	4	4	22
64	4	4	4	2	4	4	22
65	4	4	4	2	4	4	22
66	4	4	4	2	4	4	22
67	4	4	4	2	4	4	22
68	4	4	4	2	4	4	22
69	4	4	4	2	4	4	22
70	4	4	4	2	4	4	22
71	4	4	4	2	4	4	22
72	4	4	4	2	4	4	22
73	4	4	4	2	4	4	22
74	4	4	4	2	4	4	22
75	4	4	4	2	4	4	22
76	4	4	4	2	4	4	22
77	4	4	4	2	4	4	22
78	4	4	4	2	4	4	22
79	4	4	4	2	4	4	22
80	4	4	4	2	4	4	22

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

43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	4	4	4	4	4	24
55	4	4	4	4	3	4	23
56	4	4	4	4	3	4	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	4	24
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	4	4	4	24
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24

**Lampiran 3. Hasil Uji Validitas
Keamanan (X1)
Correlations**

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	.890**	.687**	.716**	.768**	.898**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	80	80	80	80	80	80
X1.2 Pearson Correlation	.890**	1	.788**	.788**	.839**	.946**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	80	80	80	80	80	80
X1.3 Pearson Correlation	.687**	.788**	1	.815**	.843**	.895**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	80	80	80	80	80	80
X1.4 Pearson Correlation	.716**	.788**	.815**	1	.843**	.902**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	80	80	80	80	80	80
X1.5 Pearson Correlation	.768**	.839**	.843**	.843**	1	.934**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	80	80	80	80	80	80
Total Pearson Correlation	.898**	.946**	.895**	.902**	.934**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	80	80	80	80	80	80

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

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

**Kepercayaan (X2)
Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.858**	.600**	.704**	.689**	.729**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.858**	1	.747**	.732**	.662**	.734**	.909**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.600**	.747**	1	.830**	.668**	.668**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.704**	.732**	.830**	1	.598**	.670**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.5	Pearson Correlation	.689**	.662**	.668**	.598**	1	.863**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X2.6	Pearson Correlation	.729**	.734**	.668**	.670**	.863**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.880**	.909**	.860**	.863**	.848**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

**Reputasi (X3)
Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.649*	.680*	.729*	.558*	.715*	.851**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.649*	1	.437*	.649*	.634*	.671*	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.680*	.437*	1	.749*	.375*	.602*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	.729*	.649*	.749*	1	.720*	.852*	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.5	Pearson Correlation	.558*	.634*	.375*	.720*	1	.750*	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
X3.6	Pearson Correlation	.715*	.671*	.602*	.852*	.750*	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Total	Pearson Correlation	.851*	.796*	.759*	.929*	.807*	.911*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Keputusan Nasbah (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.553*	.691*	.709**	.488*	.552*	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y.2	Pearson Correlation	.553*	1	.874*	.856**	.933*	.899*	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y.3	Pearson Correlation	.691*	.874*	1	.939**	.839*	.835*	.956**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y.4	Pearson Correlation	.709*	.856*	.939*	1	.856*	.772*	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Y.5	Pearson Correlation	.488*	.933*	.839*	.856**	1	.897*	.927**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80

Y.6	Pearson Correlation	.552*	.899*	.835*	.772**	.897*	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80
Total	Pearson Correlation	.730*	.946*	.956*	.945**	.927*	.916*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas

Keamanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	5

Kepercayaan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	6

Reputasi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.974	6

Keputusan Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	6

Lampiran 5. Hasil Uji Normalitas

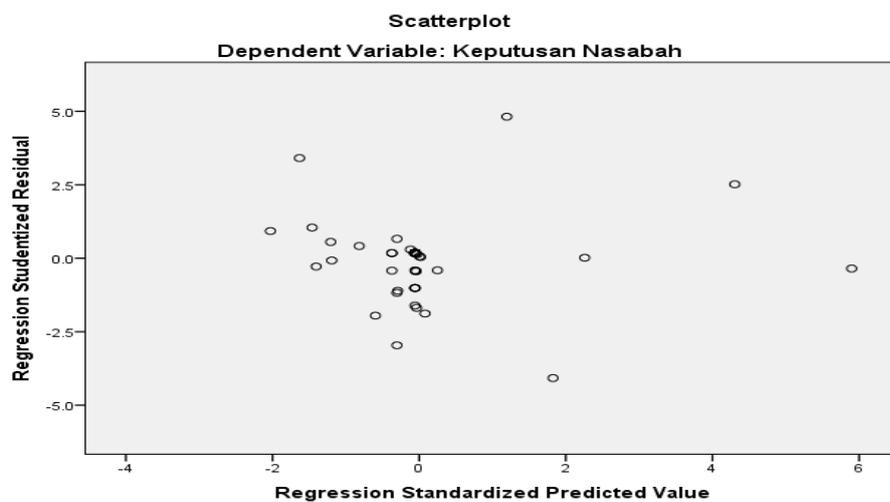
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.14325476
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.063
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

Lampiran 6. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
	X1	.163	6.127
	X2	.286	3.496
	X3	.229	4.366

a. Dependent Variable: Y (Keputusan Nasabah)

Lampiran 7. Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.789	.841		-.938	.351
X1	.990	.138	.734	7.193	.000
X2	.022	.129	.019	.173	.863
X3	.193	.092	.176	2.088	.040

a. Dependent Variable: Y (Keputusan Nasabah)

Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.789	.841		-.938	.351
X1	.990	.138	.734	7.193	.000
X2	.022	.129	.019	.173	.863
X3	.193	.092	.176	2.088	.040

a. Dependent Variable: Y (Keputusan Nasabah)

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Anova^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	780.850	3	260.283	91.624	.000 ^b
Residual	215.900	76	2.841		
Total	996.750	79			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.783	.775	1.685

a. Dependen variable: Y (Keputusan Nasabah)

b. Predictors: (Constanta), X3, X1, X2.

Lampiran 10. Kuesioner Angket Penelitian

KUESIONER ANGKET PENELITIAN

Kepada:

Yth. Bapak/Ibu Pedagang Di Pasar Gelugur Rantau Prapat.

Assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh,

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu Pedagang Di Pasar Gelugur Rantau Prapat untuk mengisi kuesioner penelitian saya ini. peran sarta dari Bapak/Ibu akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan kerahasiaan jawabannya tetap terjaga. Dengan judul penelitian “**Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat)**”.

Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk menjawab pernyataan pada kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

Nama :

Pekerjaan :

Jenis kelamin : laki-laki perempuan

Apakah Anda Benar Pedagang Di Pasar Gelugur Rantau Prapat?

iya

tidak

II. Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling benar.

2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenar-benarnya.
4. Ada lima alternatif pilihan jawaban, yaitu:

SS : sangat setuju

S : setuju

KS : kurang setuju

TS : tidak setuju

STS : sangat tidak setuju

III. Daftar Pernyataan

A. Keputusan Nasabah (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena sesuai dengan kebutuhan.					
2.	<i>Mobile banking</i> memberikan manfaat yang nyata dalam mempermudah dan mempercepat transaksi keuangan.					
3.	Layanan yang diberikan oleh <i>mobile banking</i> dapat diandalkan.					
4.	Informasi yang di sediakan melalui layanan Mobile Banking dapat dipercaya.					
5.	Saya merasa aman saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
6.	Transaksi melalui <i>mobile banking</i> dilakukan dengan sistem keamanan yang terjaga.					

B. Keamanan (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	<i>Mobile banking</i> memiliki sistem keamanan untuk melindungi data saya.					
2.	Fitur keamanan pada aplikasi mampu mencegah akses tidak sah terhadap akun.					
3.	Terdapat sistem perlindungan yang mencegah instalasi aplikasi palsu atau tidak resmi.					
4.	Notifikasi otomatis dikirim setiap terjadi transaksi.					
5.	Aktivitas akun dapat dipantau secara real-time melalui aplikasi.					

C. Kepercayaan (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Tampilan menu dan fitur dalam aplikasi mudah dipahami oleh pengguna.					
2.	Fitur-fitur <i>mobile banking</i> mudah diakses tanpa memerlukan bantuan khusus.					
3.	Informasi mengenai biaya, transaksi, dan kebijakan layanan disampaikan dengan jelas dalam aplikasi.					
4.	Pihak bank menindaklanjuti keluhan dan laporan pengguna secara bertanggung jawab.					
5.	Layanan <i>mobile banking</i> jarang mengalami gangguan teknis atau error.					
6.	Aplikasi selalu tersedia dan dapat digunakan kapan pun dibutuhkan.					

D. Reputasi (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Layanan yang disediakan melalui <i>mobile banking</i> berjalan stabil dan minim gangguan teknis.					
2.	Aplikasi <i>mobile banking</i> memberikan pengalaman transaksi yang konsisten dan terpercaya setiap kali digunakan.					
3.	Fitur-fitur terbaru secara rutin ditambahkan untuk meningkatkan kenyamanan pengguna.					
4.	Penggunaan teknologi terkini terlihat jelas dalam peningkatan kualitas dan kemudahan layanan.					
5.	Tim layanan pelanggan tanggap dan cepat dalam memberikan bantuan saat terjadi kendala.					
6.	Solusi yang diberikan oleh layanan pelanggan BSI <i>Mobile</i> dirasa memuaskan dan menyelesaikan masalah.					

Lampiran 11. Surat Validasi Angket
SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwasanya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arti Damisa, M.E.I

Jabatan : Dosen Pembimbing 2

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Prapat).**

Yang disusun oleh:

Nama : Nur Alaina Nasution

NIM : 21 401 00030

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adapun masukan yang telah saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

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

Padangsidempuan, 2025
Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP 198912202023212039

DAFTAR VARIABEL DAN INDIKATOR KEPUTUSAN NASABAH (Y)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Kebutuhan dan Kemanfaatan	1,2			
Kepercayaan Pada Layanan	3,4			
Keamanan Privasi	5,6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2025
Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP 198912202023212039

DAFTAR VARIABEL DAN INDIKATOR KEAMANAN (X₁)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Perlindungan Data	1,2			
Perlindungan Dari Aplikasi Palsu	3,4			
Pemantauan Aktivitas Akun	5			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 2025
Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP 198912202023212039

DAFTAR VARIABEL DAN INDIKATOR KEPERCAYAAN (X₂)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Kemudahan Pengguna	1,2			
Transparansi dan Tanggung Jawab Bank	3,4			
Keandalan dan Ketersediaan Layanan	5,6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan, 2025
Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP 198912202023212039

DAFTAR VARIABEL DAN INDIKATOR REPUTASI (X₃)

Petunjuk:

1. Mohon kiranya Ibu memberikan penilaian dari aspek soal-soal yang telah disusun.
2. Berikan tanda (√) pada kolom V (valid), VR (valid dengan revisi), TV (tidak valid).
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	Nomor Soal	V	VR	TV
Keandalan Layanan	1,2			
Inovasi Teknologi	3,4			
Kualitas Layanan	5,6			

Kritik dan saran:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpuan, 2025
Validator

Arti Damisa, M.E.I
NIP 198912202023212039



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 Faxmil (0634) 24022
Website *uinsyahada.ac.id*

Nomor : *1126* /Un.28/G.1/G 4/PP.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

22 Mei 2025

Yth. Bapak/Ibu,

1. Dr. Rukiah, M.Si : Pembimbing I
2. Arti Damisa, M.E.I : 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 : Nur Alaina Nasution
NIM : 2140100030
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Parapat).**

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 Nasir 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 Faksimili (0634) 24022
Website: uinysidupa.ac.id

Nomor : 1432/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/05/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Mohon Izin Riset

22 Mei 2025

Yth; Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian Rantau Parapat
Di Tempat

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

Nama : Nur Alaina Nasution
NIM : 2140100030
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 Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Rantau Parapat)". 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 Nasir Hasibuan, M.Si
NIP. 197308252008041004

Tembusan
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



PEMERINTAH KABUPATEN LABUHANBATU
DINAS PERDAGANGAN DAN PERINDUSTRIAN
Jalan Gelugur No.18 Telepon : (0624) 7671756
RANTAUPRAPAT

Rantauprapat, 7 Mei 2025

Nomor : 510/ 990 /Dag.Ind/1/2025
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padang Sidempuan

di
Tempat

Sehubungan dengan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Nomor : 987/Un.28/G.1/G.4c/TL.00.9/04/2025 tanggal, 17 April 2025 Perihal Mohon Izin Penelitian dan Surat Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Labuhanbatu Nomor : 070/0368/BKBP-III/2025, tanggal, 6 Mei 2025 Hal Permohonan Izin Penelitian bersama ini, kami memberikan izin untuk melakukan penelitian Mahasiswi :

Nama : NUR ALAINA NASUTION
NIM : 2140100030
Prodi : PERBANKAN SYARIAH
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus Pasar Gelugur Kel. Sirandorong Rantauprapat Kecamatan Rantau Utara Kabupaten Labuhanbatu)".

Demikian disampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

KEPALA DINAS

CHAIRUDDIN NASUTION, S.Sos, MM
NIP. 197207181993081001

- Tembusan Kepada Yth.:
1. Bupati Labuhanbatu (sebagai laporan)
 2. Kepala Badan KESBANGPOL Lab.batu
 3. Arsip.

**Dokumentasi penyeraahaan surat riset oleh ibu Putri Annisa selaku Kabid
Dinas Perdagangan dan Perindustrian**



**Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Imas pedagang dipasar Gelugur
Rantau Prapat**



Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Patimah pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Putri Utami pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Sri Dewi pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Aini pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat



Dokumentasi pengisian Angket oleh Ibu Aisyah pedagang dipasar Gelugur Rantau Prapat

