



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP
DAN KEPUTUSAN MASYARAKAT KELAS BAWAH
MENGUNAKAN MOBILE BANKING
BANK SYARIAH**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

TESIS

OLEH:

MUHAMMAD NUR TANJUNG

NIM. 2250200038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2025



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI SIKAP
DAN KEPUTUSAN MASYARAKAT KELAS BAWAH
MENGUNAKAN MOBILE BANKING
BANK SYARIAH**



*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Magister Ekonomi (M.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

TESIS

OLEH:

MUHAMMAD NUR TANJUNG

NIM. 2250200038

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790325200604 1004


Dr. Utari Evy Cahyani, SP., M.M.
NIP. 19930552420 2012 2 005

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2025**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

Hal : Lampiran Tesis
a.n. MUHAMMAD NUR TANJUNG
Lampiran :

Padangsidimpuan, Juni 2025
Kepada Yth:
Direktur Pascasarjana
UIN SYAHADA Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap tesis a.n. MUHAMMAD NUR TANJUNG yang berjudul "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah**". Maka kami berpendapat bahwa tesis ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Program Pascasarjana UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan tesisnya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Pembimbing I

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525200604 1004

Pembimbing II

Dr. Utari Evy Cahyani, SP., M.M.
NIP. 19930552420 2012 2 005

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN TESIS SENDIRI

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

Nama : MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM : 2250200038
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : **"Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah"**

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

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

Padangsidempuan, 21 Juni 2025

Saya yang Menyatakan,

UNIVERSITAS SYEKH ALI HASANudin PADANGSIDEMPUN
FACULTY OF ISLAMIC STUDIES
PADANGSIDEMPUN



MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM . 2250200038

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

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

Nama : MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM : 2250200038
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 21 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



MUHAMMAD NUR TANJUNG

NIM. 2250200038

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM : 2250200038
Program Studi : Ekonomi Syariah
Jenis Karya : Tesis

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak secara ketentuan hukum yang berlaku..

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 21 Juni 2025

Saya yang menyatakan,



MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM. 2250200038

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER
Jalan T. Rizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQOSYAH TESIS

Nama : Muhammad Nur Tanjung
Nim : 22 502 00038
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah

NO.	NAMA	TANDA TANGAN
1.	Dr. Uswatun Hasanah, S.H., M.Ag. Ketua/ Penguji Umum.	
2.	Dr. Utary Evy Cahyani, SP., M.M. Sekretaris/ Penguji Metodologi Penelitian	
3.	Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si Anggota/ Penguji Utama	
4.	Dr. Rosnani Siregar, M.Ag. Anggota/ Penguji Isi dan Bahasa	

Pelaksanaan Ujian Munaqosyah Tesis
di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Sabtu / 21 Juni 2025
Pukul : 08.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : 83 (A)





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

PENGESAHAN DIREKTUR PASCASARJANA

Nomor : 1411 /Un.28/AL/PP.00.9/06/2025

JUDUL TESIS : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah
NAMA : MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM : 2250200038
Fakultas/Jurusan : Pasca Sarjana/ Prodi Ekonomi Syariah

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Magister Ekonomi (M.E)
dalam Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 24 Juni 2025
Direktor



Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL.
NIP. 196807042000031003

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN

ABSTRAK

Nama : Muhammad Nur Tanjung
Nim : 2250200038
Judul Skripsi : “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) melalui SEVP Digital Banking BSI Saut Parulian Saragih, preferensi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi digital terus mengalami peningkatan. Dilapangan diketahui dengan jelas, bahwa 60% masyarakat Sibubuan hanya menggunakan produk digital pada proses transfer dana (pemindahan dana) baik sesama perbankan atau beda perbankan, 25% masyarakat lebih menyukai pelayanan langsung yang ditawarkan pihak bank dan 15% produk digital yang ditawarkan di mobile banking masih belum dipahami masyarakat. Perbankan syariah yang terdapat di wilayah Kabupaten Padang Lawas Utara terutama di ibu Kota Sibubuan hanya Bank Syariah Indonesia (BSI) dan 20% memiliki aplikasi mobile banking BSI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile melalui sikap pada nasabah Bank Syariah Indonesia di Sibubuan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari pengisian kuisioner dari responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan rumus Lemeshow. Dimana sampel yang diambil sebanyak 100 orang responden lower class di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibubuan. Dalam penelitian ini menggunakan instrument angket sebagai alat pengumpulan data. Dalam penelitian ini data diolah menggunakan SmartPLS. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan terhadap keputusan melalui sikap tidak berpengaruh dengan P value $0,274 > 0,05$. Variabel persepsi manfaat terhadap keputusan melalui sikap berpengaruh dengan P value $0,000 < 0,05$. Variabel persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan dengan P value $0,139 > 0,05$. Variabel persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan dengan P value $0,385 > 0,05$. Variabel sikap berpengaruh terhadap keputusan dengan P value $0,000 < 0,05$. Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile di Sibubuan menunjukkan bahwa pengguna merasa senang dan puas maka akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya secara terus menerus dan akan merekomendasikan kepada orang lain.

Kata kunci : Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, keputusan penggunaan

ABSTRACT

Name : *Muhammad Nur Tanjung*
Student ID : *2250200038*
Thesis Title : *"Factors That Influence "Attitudes and Decisions of Lower Class Communities in Using Mobile Banking at Sharia Banks"*

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) through SEVP Digital Banking BSI Saut Parulian Saragih , preference public to usage continuous digital applications experience improvement In the field known with it is clear that 60% of society Sibubuan only use digital products in the fund transfer process (fund transfer) both fellow pre-banking or different banking , 25% of the community more like service directly offered banks and 15% of digital products offered in mobile banking are still Not yet understood community . Sharia banking is located in the North Padang Lawas Regency area, especially in the capital city of Sibubuan. only Bank Syariah Indonesia (BSI) and 20% have BSI Research mobile banking application This aim For know influence perception convenience and perception benefit to decision use of BSI Mobile via attitudes towards Bank Syariah Indonesia customers in Sibuhuan . Research This use method quantitative . The data used in study This is the primary data obtained from filling questionnaire from respondents . Sample collection techniques sample using purposive sampling with formula lemeshow Where the samples were taken As many as 100 lower class respondents at Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibubuhan . In the study This using a questionnaire instrument as tool collection daa . In research this data is processed use SmartPLS . The results of the data analysis show that variables perception convenience to decision through attitude No influential with a P value of $0.274 > 0.05$. Variable perception benefit to decision through attitude influential with a P value of $0.000 < 0.05$. Variable perception convenience No influential to decision with a P value of $0.139 > 0.05$. Variable perception benefit No influential to decision with a P value of $0.385 > 0.05$. Variable attitude influential to decision with a P value of $0.000 < 0.05$. Attitude influential significant to decision use of BSI Mobile in Sibuhuan show that users feel happy and satisfied so will influence decision somebody For use it in a way Keep going continuously and will recommend to others.

Keywords : *Perception convenience , perception benefits , attitudes , decisions use*

ملخص

الاسم: محمد نور تانجونغ
الرقم الجامعي: ٢٢٥٠٢٠٠٠٣٨
عنوان الرسالة: "العوامل المؤثرة على اتجاهات وقرارات مجتمع الطبقة الدنيا في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في البنوك الإسلامية"

بنك ش.م.ع بنك إندونيسيا الشرعي (المعروف اختصارًا ب.ب.إ.ش) من خلال نائب الرئيس الأول للخدمات المصرفية الرقمية في البنك، السيد "ساوت بوليان سراغيه"، فإن تفضيلات المجتمع تجاه استخدام التطبيقات الرقمية تشهد زيادة مستمرة. ومن الملاحظ بوضوح في الميدان أن ستين بالمائة من سكان منطقة "سيوهوان" يستخدمون المنتجات الرقمية فقط في عمليات تحويل الأموال (نقل الأموال) سواء داخل البنك الواحد أو بين البنوك المختلفة، بينما يفضل خمسة وعشرون بالمائة من المجتمع الخدمة المباشرة التي يقدمها البنك، في حين أن خمسة عشر بالمائة من المنتجات الرقمية المعروضة في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لا تزال غير مفهومة لدى المجتمع. أما فيما يتعلق بالبنوك الإسلامية الموجودة في منطقة "شمال بادانغ لاواس"، وخاصة في عاصمتها "سيوهوان"، فلا يوجد سوى بنك إندونيسيا الشرعي (ب.ب.إ.ش)، حيث أن عشرين بالمائة فقط من السكان يمتلكون تطبيق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الخاص بالبنك. تهدف هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تصور السهولة وتصور الفائدة على قرار استخدام تطبيق ب.ب.إ.ش الجوال من خلال موقف عملاء بنك إندونيسيا الشرعي في "سيوهوان". وتعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي. أما البيانات المستخدمة في هذه الدراسة فهي بيانات أولية تم الحصول عليها من خلال استبيانات تم تعبئتها من قِبَل المستجيبين. استخدمت الدراسة منهج العينة المصادفة بالاعتماد على معادلة ليمشو، حيث ضمت العينة مائة مستجيب من أفراد الطبقة محدودة الدخل الذين يتعاملون مع البنك الإندونيسي الإسلامي عبر فرعه المحلي في مدينة سيوهوان. اعتمد الباحثون في جمع البيانات على أداة الاستبيان كأسلوب رئيسي، فيما تم تحليل البيانات الناتجة باستخدام برنامج سمارت بل إس المتخصص في التحليلات الإحصائية. وكشفت نتائج التحليل الإحصائي عن عدم وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير تصور السهولة في اتخاذ القرار من خلال متغير الوسيط الاتجاه، حيث سجلت قيمة الاحتمالية رقمًا بلغ صفر فاصل مئتين وأربعة وسبعين، وهو ما يفوق القيمة المعيارية المحددة عند صفر فاصل صفر خمسة. هذا وقد اتسمت النتائج بدقة علمية واضحة، مع الحفاظ على جميع الشروط الإحصائية اللازمة لضمان مصداقية النتائج وموثوقيتها في مجال الدراسات العلمية. أظهرت نتائج التحليل أن متغير إدراك المنفعة تجاه القرار من خلال الاتجاه له تأثير ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة الاحتمال تساوي صفرًا فاصل صفر صفر وهي أقل من صفر فاصل صفر خمسة. بينما لم يظهر متغير إدراك السهولة تأثيرًا ذا دلالة إحصائية على القرار، حيث بلغت قيمة الاحتمال صفرًا فاصل مائة وتسعة وثلاثين وهي أعلى من صفر فاصل صفر خمسة. كما لم يثبت وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لمتغير إدراك المنفعة على القرار مباشرة، حيث سجلت قيمة الاحتمال صفرًا فاصل ثلاثمائة وخمسة وثمانين وهي أعلى من القيمة المعيارية. في المقابل، أظهر متغير الاتجاه تأثيرًا واضحًا على عملية اتخاذ القرار، حيث كانت قيمة الاحتمال صفرًا فاصل صفر صفر صفر، مما يدل على دلالة إحصائية واضحة. وقد أكدت هذه النتائج أن للتأثير الكبير للاتجاه على قرار استخدام تطبيق البنك الإسلامي الإندونيسي عبر الهاتف المحمول في منطقة سيوهوان دلالة واضحة على أن شعور المستخدمين بالارتياح والرضا يؤدي إلى تعزيز قرار الاستمرار في استخدام التطبيق، كما يزيد من احتمالية توجيه التوصيات للآخرين بشأنه.

الكلمات المفتاحية: إدراك السهولة، إدراك المنفعة، الاتجاه، قرار الاستخدام

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, puji syukur peneliti sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Tesis ini berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Magister Ekonomi (M.E) Dalam Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidimpuan.

Tesis ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. Ag., selaku Rektor UIN SYAHADA Padangsidimpuan, serta 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 Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL. Selaku Direktur Pascasarjana UIN SYAHADA Padangsidempuan, Dr. Utari Evy Cahyani, S.P., M.Mselaku ketua prodi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana UIN SYAHADA Padangsidempuan,
3. Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si selaku Pembimbing I dan Dr. Utari Evy Cahyani, SP., M.M selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta staff di lingkungan Pacasarjana UIN SYAHADA Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.
6. Penghargaan istimewa kepada Ayahanda dan Ibunda Tercinta
7. Terima kasih untuk seluruh keluarga, yang turut mendoakan selama proses perkuliahan dan penulisan tesis ini.
8. Teruntuk sahabat-sahabat Program Pascasarjana UIN SYAHADA Padangsidempuan.

9. Teman-teman semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga seinya tesis ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila tesis ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidempuan, Juni 2025
Peneliti

MUHAMMAD NUR TANJUNG
NIM. 2250200038

UNIVERSITAS ISLAM PADANG
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

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

Huruf Arab	Nama Huruf `Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es(dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	žā	ž	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka

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

B. Vokal

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

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

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

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

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

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

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

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk tamar butah ada dua :

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

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ا . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

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

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata

lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

I. Tajwid

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

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



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	
LEMBAR PENGESAHAN DIREKTUR PASCASARJANA	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vii
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Defenisi Operasional Penelitian.....	8
E. Rumusan Masalah	9
F. Tujuan Penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. LandasanTeori.....	12
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	12
2. Persepsi Kemudahan.....	15
3. Persepsi Manfaat.....	20
4. Sikap Nasabah.....	25
5. Keputusan Penggunaan.....	36
6. Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)	39
7. Keterkaitan Sikap dan Keputusan Penggunaan Mobile Banking	47
B. Penelitian Terdahulu yang Relevan	52
C. Kerangka Berpikir	58
D. Hipotesis	63
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	64
B. Jenis dan metode Penelitian	64
C. Populasi dan Sampel.....	64
D. Teknik Pengumpulan Data.....	66

E. Instrumen Pengumpulan Data.....	66
F. Analisis Deskriptif	67

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian.....	72
1. Deskripsi Penelitian	72
2. Deskripsi Responden.....	73
B. Hasil Analisis Dara	76
1. Pengujian Instrumen Penelitian <i>Outer mode</i>	76
2. Pengujian Instrumen Penelitian <i>inner model</i>	84
3. Pengujian Hipotesis	85
C. Pembahasan Hasil Analisi Data.....	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	102
B. Keterbatasan Penelitian.....	103
C. Saran	104

DAFTAR PUSTAKA



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
 PADANGSIDIMPUAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di Era 4.0 memberikan kesempatan kepada masyarakat Indonesia untuk ikut serta mengembangkan ekonomi baik secara mandiri ataupun Lembaga lainnya, hal ini menjadi yang sangat mendukung perkembangan suatu Negara, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia Nomor HM.4.6/183/SET.M.EKON.3/07/2021 salah satu factor ekonomi berkembang dipengaruhi oleh kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK). Untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, perhatian harus diberikan pada strategi kebijakan yang mendorong inovasi, termasuk penempatan anggaran negara untuk dialokasikan pada pos Iptek, riset, dan inovasi¹

Perbankan yang ikut serta berkembang sesuai dengan teknologi adalah Perbankan Syariah, berdasarkan Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah yang terbit tanggal 16 Juli 2008, memberikan kemudahan perbankan syariah untuk berkembang pesat dan cepat, transformasi digital menjadi salah keuntungan yang bisa diperoleh pada perbankan syariah. Produk digital perbankan syariah diantaranya pembukaan rekening, pembayaran transaksi online, pengajuan pembiayaan dan layanan *social fund* (zakat, infak, sedekah, wakaf atau ZISWAF). Banyak fitur yang terdapat di *mobile banking*

¹ KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN and REPUBLIK INDONESIA, 'Kemajuan IPTEK Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Inovasi', <https://www.ekon.go.id/>, 2021, p. 1 <<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3150/kemajuan-iptek-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-inovasi>> [accessed 10 October 2023].

yang telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat, masyarakat tidak hanya menikmati layanan secara langsung namun dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa bahwa dengan adanya transformasi digital di perbankan syariah menjadi salah satu strategi dengan perbankan konvensional.²

Hal ini juga sesuai dengan teori Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), teori ini sangat erat kaitannya dengan keputusan dan sikap nasabah untuk menggunakan dan menerapkan *mobile banking* dalam transaksi kehidupan sehari-hari, kesiapan teknologi dalam menggunakan *mobile banking* menjadi salah satu capaian kehidupan dimasa depan dan didukung oleh teori kualitas pelayanan, Kotler menyatakan bahwa kualitas pelayanan dinyatakan sebagai kinerja yang dapat ditawarkan kepada orang lain, dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun jika dikaitkan maka terlihat jelas bahwa teori TAM menjadi acuan pentingnya ikut serta dalam perkembangan digital dan tidak melupakan kualitas pelayanan yang diberikan.

Layanan digital dan keberadaan bank syariah yang beroperasi secara digital murni, ditegaskan juga oleh Aysa (2021); Tartila (2022) menegaskan bahwa dengan perkembangan digital mampu perkembangan perekonomian Indonesia diantaranya pangsa pasar luas, transaksi lebih mudah, produksi

² Shabri, 'Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia', *El-Kahfi| Journal of Islamic Economics*, 3.02 (2022), 1-7.

meningkat, pembayaran lebih sederhana, dan promosi lebih variatif dan hal ini semakin ditegaskan oleh dengan perkembangan digital ini sesuai dengan Era 4.0 menjadi dakwah³⁴⁵

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) melalui SEVP Digital Banking BSI Saut Parulian Saragih, preferensi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi digital terus mengalami peningkatan. “Melalui aplikasi BSI Mobile, pola konsumen yang preferensinya semakin mengedepankan digital akan mendapatkan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi finansial dan layanan transaksi sosial seperti membayar zakat, infak dan sedekah yang tersedia di dalam BSI Mobile,” dan dijelaskan juga bahwa transaksi dengan traffic tertinggi dalam layanan ZISWAF BSI, adalah fitur Zakat, Infaq, dan Donasi Program Ramadhan⁶

Berdasarkan observasi dan wawancara dilapangan diketahui dengan jelas, bahwa 60% masyarakat Sibuhuan hanya menggunakan produk digital pada proses transfer dana (pemindahan dana) baik sesama perbankan atau beda perbankan, 25% masyarakat lebih menyukai pelayanan langsung yang ditawarkan pihak bank dan 15% produk digital yang ditawarkan di *mobile*

³ imma Rokhmatul Aysa, ‘Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia’s Economic Progress’, *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3.2 (2021), 140–53.

⁴ Wafa Hayyinun, ‘Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta’, *Skripsi*, 2020, 1–137 <<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28480>>.

⁵ Muzayyana Tartila, ‘Strategi Industri Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.03 (2022), 3310–16.

⁶ Laras, ‘BSI Mobile Catat 140 Juta Transaksi per Mei 2023, Milenial Mendominasi’, *Https://Finansial.Bisnis.Com/*, 2022, pp. 1–2 <<https://finansial.bisnis.com/read/20230815/90/1685222/bsi-mobile-catat-140-juta-transaksi-per-mei-2023-milenial-mendominasi>> [accessed 20 October 2023].

banking masih belum dipahami masyarakat. Perbankan syariah yang terdapat di wilayah Kabupaten Padang Lawas Utara terutama di ibu Kota Sibuhuan hanya Bank Syariah Indonesia (BSI) dan 20% memiliki aplikasi *mobile banking* BSI.⁷

Hal lainnya, hal ini juga terkait dengan sikap dan keputusan untuk menggunakan *mobile banking*, karena Masyarakat lebih mudah menggunakan transaksi melalui ATM ataupun melalui *teller*, masyarakat tidak menggunakan *navigation bar* BSI Mobile seperti transaksi zakat, sedekah, pembayaran atau pembelian toke listrik dan kegiatan transfer 60% Masyarakat masih berada dikalangan menengah bawah hal ini ditunjukkan dengan penghasilan dibawah UMR, artinya kegunaan *mobile banking* masih jarang digunakan karena transaksi yang dilaksanakan juga tidak banyak.⁸

Permasalahan nasabah *lower class*, yang sangat merasa nyaman dan mudah jika datang langsung ke bank syariah, hal ini terlihat hasil wawancara dengan salah satu nasabah BSI Sibuhuan dengan pekerjaan sebagai penjual nasi, hasil wawancara menjelaskan bahwa nasabah tidak mengerti menggunakan layanan digital, buat nasabah tersebut lebih baik ketemu dengan *customer service* atau *teller* untuk langsung berbicara dan dibantu untuk melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dalam hal ini menjelaskan bahwa persepsi setiap nasabah berbeda-beda, terutama nasabah merupakan masyarakat asli Sibuhuan yang jarang menggunakan teknologi dan

⁷ PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Sibuhuan, Padanglawas

⁸ PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) Sibuhuan, Padanglawas

hal ini menjadi suatu kendala dalam mengaplikasikan semua layanan seluruh Indonesia dan ini menyebabkan perilaku masyarakat berbeda-beda. Masyarakat *lower class* (kelas menengah bawah) memiliki cara pandang yang berbeda, sikap yang erat kaitannya dengan persepsi dan kebutuhan yang terkait dengan keputusan menjadi salah satu alasan bergunanya *mobile banking* digunakan dalam kehidupan sehari-hari.⁹

Perubahan ini menjadi salah satu analisis yang dilakukan dengan pihak BSI untuk melakukan promosi produk apa saja yang sudah bisa diakses di laman aplikasi BSI mobile, kegiatan Promosi merupakan kegiatan jual beli produk dengan menawarkan dalam bentuk iklan, hal ini juga diungkapkan bahwa promosi dilakukan dengan pemasaran yang menerapkan prinsip syariah akan melakukan kegiatan promosi yang elegan, jujur, dan tidak melakukan eksploitasi¹⁰

Beberapa research Gap dan kesenjangan hasil penelitian berdasarkan judul dalam penelitian ini yaitu Penelitian yang dilakukan oleh Fatimah Abdullah yang penelitiannya fokus pada literasi digital sebagai faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi, namun belum jelas sejauh mana literasi digital ini berperan dalam konteks masyarakat kelas bawah yang memiliki tingkat literasi dan akses teknologi yang berbeda. Hasil penelitian juga

⁹ Thalia Lufna Salsabila and Sylvia Rozza, 'Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah', *Prosiding SNAM PNJ*, 3 (2022), 1–15.

¹⁰ T D Salsabilah and M I Fasa, 'Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen ...*, 1.3 (2022) <<https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/view/26%0Ahttps://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/download/26/22>>.

menunjukkan perbedaan dalam bagaimana kepercayaan terhadap teknologi dipahami dan diukur. Beberapa studi menemukan bahwa kepercayaan yang tinggi terhadap teknologi dapat meningkatkan keputusan penggunaan mobile banking, sementara penelitian lain mungkin menemukan bahwa ketakutan terhadap keamanan atau kesulitan teknis adalah faktor yang lebih dominan.¹¹

Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Rizki, variasi dalam konteks geografis dan sosial budaya dapat menyebabkan perbedaan signifikan dalam temuan penelitian. Misalnya, faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile banking di daerah perkotaan dapat sangat berbeda dengan di pedesaan atau daerah terpencil, serta antara negara-negara dengan kebijakan dan infrastruktur yang berbeda dalam pengembangan layanan keuangan.¹²

Secara keseluruhan, research gap dalam literatur saat ini tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan keputusan masyarakat kelas bawah dalam menggunakan mobile banking bank syariah mencakup variasi dalam temuan penelitian, perbedaan metodologi, serta kebutuhan akan penelitian yang lebih khusus terkait konteks geografis, nilai-nilai agama, dan integrasi hasil penelitian ke dalam kebijakan dan strategi bisnis yang lebih konkret.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peneliti sangat tertarik mengkaji dan menganalisis penelitian dengan judul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap dan Keputusan Masyarakat Kelas Bawah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah”**.

¹¹ Fatimah Abdullah, Determinants of Mobile Banking Adoption in Developing Countries: The Case of Islamic Banks, *Journal of Global Information Technology Management*, 2018.

¹² Ahmad Rizki, Factors Influencing the Adoption of Mobile Banking: A Case Study of Islamic Banks, *Journal of Internet Banking and Commerce*, 2017.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan diatas, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah:

1. Masyarakat lebih mudah menggunakan transaksi melalui ATM ataupun melalui Teller
2. Masyarakat tidak menggunakan BSI Mobile untuk transaksi zakat, sedekah, pembayaran atau pembelian toke listrik dan kegiatan transfer
3. Masyarakat lebih menyukai pelayanan langsung ke *customer service* untuk pelayanan peminjaman ataupun mutasi rekening atau produk bank lainnya;
4. Produk digital yang ditawarkan di *mobile banking* (BSI) belum digunakan masyarakat Sibuhuan karena masyarakat lebih percaya dengan
5. Masyarakat masih berada dikalangan menengah bawah hal ini ditunjukkan dengan penghasilan dibawah UMR sehingga hanya 20% memiliki aplikasi *mobile banking* BSI
6. Kurangnya keputusan Masyarakat Sibuhuan menggunakan *mobile banking* karena ketakutan salah melaksanakan transaksi

C. Batasan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini memiliki Batasan masalah, karena keterbatasan waktu penelitian.

Batasan masalah penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya meneliti tentang Penggunaan *mobile banking*, pengaruh kepada sikap dan keputusan Masyarakat (nasabah) *lower class*
2. Lokasi penelitian adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP. Sibuhuan

D. Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan batasan masalah, maka definisi operasional penelitian ini adalah:

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Persepsi Kemudahan (X1)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan terbebas dari kesulitan atau upaya besar	<ul style="list-style-type: none"> • Teknologi informasi mudah untuk dipelajari. • Teknologi informasi mudah untuk didapatkan. • Teknologi informasi mudah untuk dioperasikan 	Likert
Persepsi Manfaat (X2)	Sejauh mana seseorang percaya bahwa sebuah sistem mampu digunakan secara menguntungkan dan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kinerjanya	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran. • Memberikan keuntungan tambahan saat menyelesaikan transaksi. • Memberikan manfaat dapat mengerjakan pekerjaan lebih cepat. • Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran 	Likert
Keputusan Menggunakan (Y)	Keputusan merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli,	<ul style="list-style-type: none"> • Kemantapan suatu produk • Menggunakan sesuai kebutuhan dan keinginan • Menggunakan karena mendapat 	Likert

	menggunakan dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka	rekomendasi dari orang lain	
Sikap (Z)	Sikap terhadap penggunaan teknologi (<i>Attitude Toward Usingtechnology</i>) sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • Merasa puas • Menikmati Penggunaan • Merasa senang • Tidak membosankan 	Likert

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap?
2. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap?
3. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah?
4. Apakah persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah?
5. Apakah sikap berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.
5. Untuk mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.

G. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini, adalah:

1. Memberikan informasi respon Nasabah *Lower Class* tentang kegunaan *mobile banking* dalam menunjang perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari.
2. Memberikan kontribusi kepada Masyarakat lainnya atau pihak pelaku ekonomi bahwa keberadaan *mobile banking* dikalangan Nasabah *Lower Class* menjadi kemudahan dalam menemukan informasi.
3. Menambah wawasan perkembangan teknologi terutama penggunaan *mobile banking* dikalangan Nasabah *Lower Class*.

4. Menambahkan data penelitian selanjutnya untuk dapat mengkaji lebih dalam kegunaan *mobile banking* di era perkembangan teknologi.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penelitian sesuai dengan permasalahan yang ada maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan terdiri dari beberapa rincian:

Pendahuluan menguraikan tentang penegasan judul, latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta manfaat penelitian.

Landasan teori berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, serta Penelitian Terdahulu.

Metode penelitian menguraikan tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian meliputi waktu dan tempat penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Hasil Penelitian, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, hasil analisis data penelitian dan pembahasan penelitian, secara umum seluruh pembahasan, sub pembahasan yang ada dalam hasil penelitian adalah membahas tentang hasil penelitian.

Penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub bahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisa data dan memperoleh hasil dari penelitian ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

a. Pengertian *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan model penerimaan yang digunakan pemakai mengenai sistem teknologi informasi.¹³ Model penerimaan teknologi dikembangkan oleh model TRA. Model TRA ditetapkan berdasarkan kepada individu yang telah melakukan penerimaan sebuah sistem teknologi informasi yang dilakukan secara sadar sehingga dapat dijelaskan serta diprediksi pelakunya.¹⁴

Davis (1986) mengusulkan *Technology Acceptance Model (TAM)*, yang didasarkan pada Theory of Reasoned Action (TRA).¹⁵

TAM adalah paradigma teoritis yang menjelaskan mengapa orang menerima teknologi baru. Menurut TRA, niat seseorang menentukan perilakunya yang sebenarnya. Niat perilaku individu juga

¹³ Fred D. Davis, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3 (1989): 319–340.

¹⁴ Wibowo, A. Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan *technology acceptance model (TAM)*. (Konferensi Nasional Sistem Informasi, 2008), hlm.5

¹⁵ Fishbein, M, & Ajzen, I, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior, An Introduction to Theory and Research*, Reading, (MA: Addison-Wesley, 1975), hlm.177

dipengaruhi oleh sikap dan norma subjek. Keyakinan individu dan sistem nilai berdampak pada sikap.¹⁶

Pertumbuhan dunia bisnis dapat menyebabkan timbulnya kebutuhan untuk meneruskan studi tentang penggunaan teknologi. Penelitian yang dilakukan tentang sebab-sebab yang menjelaskan diterimanya teknologi informasi banyak menerima perhatian sebab banyak perusahaan yang telah menggunakan teknologi informasi. TAM adalah suatu model yang bisa dipergunakan guna melakukan penyelidikan mengenai perkembangan baru dalam dunia informasi.

Teori TAM mengungkapkan mengenai niat individu guna memanfaatkan sistem teknologi yang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang mengenai pengguna teknologi akan meningkatkan kerjanya, serta persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan tingkat kepercayaan seseorang mengenai pemanfaatan teknologi dapat mempengaruhi penyelesaian pekerjaan dengan lebih mudah

Teori kebutuhan masyarakat terhadap Teknologi *mobile banking* sangat erat kaitannya dengan Teori *Technology Acceptance Model* (TAM), teori ini sangat erat kaitannya dengan keputusan dan sikap

¹⁶ Fishbein, M, & Ajzen, I, Understanding attitudes and predicting social behaviour, (Englewood Cliffs : New Jersey, Prentice-Hall, 1980), hlm.5

nasabah untuk menggunakan dan menerapkan *mobile banking* dalam transaksi kehidupan sehari-hari, kesiapan teknologi dalam menggunakan *mobile banking* menjadi salah satu capaian kehidupan dimasa depan, membandingkan TAM dengan TRA untuk mengetahui perbedaan mendasar dan kelebihan TAM dibanding TRA dan bagaimana menerapkan TAM pada teknologi atau bidang ilmu lainnya.¹⁷

b. Konsep *Tehnology Acceptance Model* (TAM)

Bentuk perilaku pada penggunaan teknologi informasi merupakan faktor penting yang diperhatikan, ini dikarenakan hubungan antara pengguna serta perangkat komputer adalah hasil pengaruh dari persepsi, sikap afeksi sebagai bentuk perilaku pada seseorang dari penggunaannya. Semakin tinggi tingkat kepercayaan maka pengguna akan merasakan sistem informasi bermanfaat dan memberikan kemudahan. Pada gambar 2.1 merupakan contoh metode TAM¹⁸

¹⁷ Nursiah Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', *Akuntabel*, 19.1 (2022), 91–100 <<https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>>.

¹⁸ Maulana et al., 'Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap', *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2 (2018), 146–55.

Gambar 2.1 contoh model TAM



Konsep TAM menawarkan sebuah teori sebagai landasan untuk mempelajari dan memahami perilaku pemakai dalam menerima dan menggunakan sistem informasi, konsep yang digunakan adalah

- a. Persepsi kemanfaatan (perceived usefulness)
- b. Persepsi kemudahan penggunaan (perceive ease of use)
- c. Perilaku Kepercayaan untuk menggunakan (behavioral trust to use)
- d. dan Sikap positif terhadap kondisi nyata penggunaan sistem (Positive attitude towards the real conditions of using the system).¹⁹

2. Persepsi Kemudahan

- a. Pengertian Persepsi Kemudahan

Sikap individu dipengaruhi oleh kemudahan yang dirasakan melalui dua mekanisme, self-efficacy dan instrumentalitas (Davis, 1986). Bandura (1982) menciptakan istilah self-efficacy,

¹⁹ Davis, F.D, Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology, (MIS Quarterly, 1989), Vol. 13 No. 5, hlm. 319-339.

menjelaskan bahwa sistem yang lebih mudah digunakan akan meningkatkan self-efficacy pengguna. Kesederhanaan penggunaan yang dirasakan juga berperan dalam meningkatkan kinerja seseorang. Semakin mudah menggunakan sistem informasi, semakin sedikit pekerjaan yang diperlukan seseorang untuk meningkatkan kinerja mereka.²⁰

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi tidak akan menyulitkan didefinisikan sebagai kemudahan penggunaan.²¹

Persepsi kemudahan merupakan sejauh mana seseorang berpikir menggunakan teknologi akan lebih efektif serta efisien dalam melakukan pekerjaan. Keyakinan tentang proses pengambilan keputusan akan merasa mudah dan nyaman. Seseorang akan menggunakan sistem informasi jika dia yakin bahwa sistem itu mudah digunakan.²²

Kemudahan penggunaan adalah ukuran bagaimana orang dapat menggunakan teknologi tertentu. Jika orang percaya upaya kognitif mereka akan cenderung senang menggunakan teknologi baru.

²⁰ Ramdhani, N. Model Perilaku Penggunaan Tik “Nr2007” Pengembangan Dari Technology Acceptance Model (Tam). Buletin Psikologi, (Universitas Gajah Mada, 2009), vol. 17, no.(1). hlm.17-27

²¹ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm.116

²² Amijaya, Gilang Rizky, Skripsi : Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Minat Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA Semarang), (Semarang : Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, 2010), hlm.39

Karena suatu teknologi semakin berguna maka akan semakin mudah digunakan, kemudahan penggunaan berdampak pada seberapa manfaat serta berguna orang akan memandang suatu teknologi.²³

Kemudahan menjadi keinginan dari setiap orang, maka dari itu penyedia layanan partinya akan berusaha untuk memberikan kemudahan bagi penggunanya. Teknologi yang susah dipelajari tentu tidak memiliki banyak pekeputusan hal itu berdampak pada penunjukan sikap negatif dari para calon konsumennya.²⁴ Oleh karena itu, penyedia layanan biasanya menghadirkan teknologi yang baru dan unik tetapi penggunaannya tidak merepotkan para pengguna.

Allah ibn Hamid merumuskan bahwa taysir adalah kemudahan dan keleluasaan yang lazimnya diutamakan oleh mukalaf tanpa menemui beban dan kesulitan yang berlebih, serta mukalaf dapat mengerjakannya tanpa mengeluarkan usaha yang berlebih dari kemampuan yang dimilikinya.²⁵ Disini kemudahan dapat diartikan bahwa seseorang atau individu melakukan segala aktivitasnya sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya sehingga individu tersebut tidak mengalami kesulitan atau tidak mendapatkan hambatan.

Semua orang ingin merasa mudah serta nyaman, jadi penyedia layanan akan bekerja untuk membuat penggunanya nyaman

²³ Wibowo, Manajemen Kinerja, (Jakarta : Rajagrafindo Persada, 2008), hlm. 21

²⁴ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm.116

²⁵ Allah ibn Hamid, *Kitab al-Hikmah fi Akhlaq al-Islamiyyah* (Kairo: Dar al-Fikr, 1987),

mungkin. Teknologi yang susah untuk dipelajari pasti memiliki sedikit pekeputusan, dan itu berpengaruh pada sikap calon penggunanya. Akibatnya, penyedia layanan sering memperkenalkan teknologi baru dan unik ketika saat penggunaanya dapat berjalan efektif.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan

Kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- 1) Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.
- 2) Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- 3) Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

c. Dimensi Persepsi Kemudahan

Terdapat empat item Dimensi persepsi kemudahan penggunaan:

- 1) Mudah untuk dipelajari (ease to learn) Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru dapat dengan mudah untuk dipelajari.
- 2) Mudah digunakan (ease to use) Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa penggunaan sistem baru yang baru mudah untuk digunakan.
- 3) Jelas dan mudah dimengerti (clear and understandable) Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa sistem yang baru mudah untuk dimengerti.

Menjadi terampil (become skillful) Suatu kondisi dimana pelaku usaha percaya bahwa dengan menggunakan sistem baru akan menjadi individu yang terampil dalam penggunaan teknologi.²⁶

d. Indikator Persepsi Kemudahan

Indikator untuk mengukur kemudahan penggunaan terhadap sikap positif penggunaan antara lain meliputi:

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

²⁶ Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). (JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 2015), Vol.6, No.(1), hlm. 440-456.

3) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

Variabel kemudahan penggunaan dalam penelitian ini adalah seberapa besar keyakinan di dalam diri nasabah khususnya masyarakat Sibuhuan bahwa dalam menggunakan BSI Mobile mudah dan tidak perlu mengeluarkan banyak usaha. Meskipun definisi usaha setiap orang berbeda-beda tapi sistem dari BSI Mobile ini harus memudahkan pengguna untuk mengoperasikannya dengan praktis.

3. Persepsi Manfaat

a. Pengertian Persepsi Manfaat

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya disebut sebagai persepsi manfaat.²⁷

Persepsi manfaat ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya di tempat kerjaditandai dengan adanya persepsi keuntungan, yang berarti manfaat fasilitas Mobile Banking akan dapat meningkatkan produktivitas kinerja bagi individu yang menggunakannya.²⁸

²⁷ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm.114

²⁸ Mangin, Jean. P. L., Bourgault N., dan Guerrero M. M., Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment, Journal of Internet Banking and Commerce. (University Of Almeria, Spain, 2011) Vol. 16, No. 1 (<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 23 September 2024), hlm.3-4

Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya disebut sebagai persepsi manfaat.²⁹ Persepsi manfaat ialah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya di tempat kerjaditandai dengan adanya persepsi keuntungan, yang berarti manfaat fasilitas Mobile Banking akan dapat meningkatkan produktivitas kinerja bagi individu yang menggunakannya.³⁰

Persepsi manfaat digunakan agar pengguna dapat merasakan serta menggunakan aplikasi tertentu untuk membuat pekerjaan lebih mudah diselesaikan. Jika dibandingkan dengan tidak menggunakan teknologi baru, kinerja yang disederhanakan ini dapat menghasilkan manfaat yang lebih baik, seperti hasil yang lebih cepat dan memuaskan bagi para penggunanya.

Konsep persepsi kemanfaatan menunjukkan keyakinan pemakai pada kontribusi sistem informasi terhadap kinerja pemakai. Manfaat atau kegunaan adalah salah satu bagian dari kinerja. Sebuah system yang pada dasarnya dibuat untuk mengatur dan mendukung anggota dalam mencapai tujuan. Gagasan persepsi manfaat yang

²⁹ Jogiyanto, Sistem Informasi Keperilakuan, (Yogyakarta: Andi, 2007), hlm.120

³⁰ Mangin, Jean. P. L., Bourgault N., dan Guerrero M. M., Modelling Perceived Usefulness on Adopting Online Banking Through the TAM Model in A Canadian Banking Environment, Journal of Internet Banking and Commerce. (University Of Almeria, Spain, 2011) Vol. 16, No. 1(<http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>, diakses 23 September 2024), hlm.3-4

dirasakan mengungkapkan persepsi pengguna tentang efek sistem informasi pada kinerja pengguna. Salah satu unsur kinerja adalah manfaat atau kegunaan. Sistem yang dirancang terutama untuk membantu pengguna dalam mengatur dan mencapai tujuan mereka. Sistem yang tidak dapat meningkatkan produktivitas penggunanya tidak akan disukai atau diterima oleh orang lain.

Persepsi manfaat dilihat dari ekonomi islam dipandang tidak bersifat konkret jadi bisa mengikuti perkembangan dari sistem itu sendiri. Manfaat terdapat pada benda itu karena dapat tercipta dari penggunaan benda itu sendiri yang dianggap dapat meringankan suatu pekerjaan seseorang dan dianggap memberikan efisiensi dan rasa aman saat menggunakannya.

Persepsi manfaat yang dirasakan dari pelatihan, dukungan komputasi, dan manajemen berdampak pada kegunaan yang dirasakan. Penggunaan sistem informasi secara langsung dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan, yang memiliki korelasi lebih kuat dengan perilaku daripada kenyamanan yang dirasakan dan dapat memprediksi kerusakan sistem informasi.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Persepsi Manfaat

Kemanfaatan dapat dibagi kedalam dua kategori, antara lain:

- 1) Kemanfaatan dengan estimasi satu faktor,

- 2) kemanfaatan dengan estimasi dua faktor (kemanfaatan dan efektifitas).

Dimensi-dimensi masing-masing yang dikelompokkan sebagai berikut:

- 1) Kemanfaatan mencakup dimensi : membuat pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*), Bermanfaat (*usefull*), meningkatkan produktifitas (*Increase productivity*).
- 2) Efektifitas mencakup dimensi : meningkatkan efektifitas (*enchance my ef ectiveness*), mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve my job performance*).³¹

c. Dimensi Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto (2009) dalam Ferry Wibowo, DedeRosmauli, dan Usep Suhud (2015:444) mengemukakan bahwater dapat empat item dimensi dari persepsi manfaat :

- 1) Produktivitas (*Productivity*) Suatu kondisi dimana dalam penggunaan sistem baru akan memberikan peningkatan pada produktivitas suatu usaha di bandingkan dengan sebelum penggunaan sesuatu yang baru.
- 2) Kinerja Pekerjaan atau efektifitas (*Job performance or ef ectiveness*) Suatu keadaan dimana pelaku usaha akan mengalami

³¹ Hanggono, A. A. Analisis atas praktek tam (technology acceptance model) dalam mendukung bisnis online dengan memanfaatkan jejaring sosial Instagram. (Jurnal Administrasi Bisnis, 2015), Vol.26, No.(1), hlm. 28

peningkatan kinerja pekerjaan dan usahanyamenjadi lebih efektif setelah menggunakan suatu sistemyang baru.

- 3) Pentingnya bagi tugas (*importance to job*) Sesuatu yang baru akan menjadi yang bermanfaat bagi penggunanya apabila dalam penggunaan sistembarumenjadi penting untuk berjalannya suatu usaha.
 - 4) Kebermanfaatan secara keseluruhan (*overall usefulness*) Merupakan suatu kondisi dimana dalam penggunaan suatusistem yang baru akan memberikan dampak yang positif pada perkembangan suatu usaha yang dijalani.³²
- d. Indikator Persepsi Manfaat

Indikator berikut dapat digunakan untuk mengukur persepsi manfaat terhadap penggunaan teknologi

- 1) Mempercepat transaksi, yaitu teknologi dapat membantupengguna menjadi lebih produktif
- 2) Memberikan keuntungan, menggunakan teknologi dapat membantu pengguna berkinerja lebih baik.

³² Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card(Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). (JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, 2015), Vol.6, No.(1), hlm. 440-456.

3) Teknologi dapat membantu pengguna meningkatkan efektifitas serta efisiensi dalam bertransaksi.³³

Dalam penelitian ini persepsi manfaat yang dirasakan adalah faktor kunci yang mempengaruhi sikap positif masyarakat Sibuhuan dalam penggunaan layanan BSI Mobile.

4. Sikap Nasabah

a. Pengertian Sikap Nasabah

Sikap dapat didefinisikan sebagai kesediaan bereaksi atau diarahkan terhadap suatu objek. Sikap memiliki pengertian sebagai evaluasi menyeluruh, intensitas, dukungan dan kepercayaan merupakan sifat penting dari sikap. Pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas berbagai kemungkinan akan menghasilkan pembentukan suatu sikap terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.³⁴ Seseorang dilahirkan tidak membawa sikap akan tetapi sikap itu terbentuk sepanjang perkembangannya. Jadi inti dari sikap adalah hasil pola pikir seseorang.

Sikap (*attitude*) adalah istilah yang mencerminkan rasa senang, tidak senang atau perasaan biasa-biasa saja (netral) dari seseorang terhadap sesuatu. "Sesuatu" itu bisa benda, kejadian, situasi, orang atau kelompok. Kalau timbul terhadap sesuatu itu adalah perasaan

³³ Almuntaha, Eska, Skripsi : Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengadopsian Teknologi Internet Banking oleh Nasabah di Indonesia, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, 2008), hlm.14

³⁴ Sarlito Sarwono, Pengantar Psikologi Umum (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.201

senang, maka disebut sikap positif, sedangkan kalau perasaan tak senang, adalah sikap negatif.

Sikap dinyatakan dalam tiga domain ABC, yaitu *Affect*, *Behaviour*, dan *Cognition*. *Affect* adalah perasaan yang timbul (senang, tak senang), *Behaviour* adalah perilaku yang mengikuti perasaan itu (mendekat, menghindar), dan *Cognition* adalah penilaian terhadap objek sikap (bagus, tidak bagus).

Manusia dapat mempunyai bermacam-macam sikap terhadap bermacam –macam hal (objek sikap). Contoh- contoh dibawah ini akan menunjukkan apakah yang sebenarnya dimaksud dengan sikap-sikap tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Bagi seorang umat Muslim, daging babi adalah haram. Kalau kepadanya dikatakan bahwa sosis yang sedang dikunyahnya adalah daging babi, maka bisa jadi akan timbul perasaan mual (*affect*), dan makanan itu akan dimuntahkan (*behavior*), karena dia pikir dia sedang makan sesuatu yang menjijikkan (*cognition*).

Sikap yang dianut oleh banyak orang yang disebut sikap sosial, sedangkan sikap yang dianut hanya oleh satu orang tertentu saja yang disebut sikap individual. Sikap sosial adalah sikap yang ada pada kelompok orang yang ditujukan pada suatu objek yang menjadi perhatian seluruh anggota kelompok tersebut. Misalnya, bangsa Indonesia mempunyai sikap positif terhadap bendera merah-putih.

Sementara itu, sikap individual adalah sikap yang khusus terdapat pada satu-satu orang terhadap objek yang menjadi perhatian orang yang bersangkutan. Misalnya, seorang murid sekolah lebih menyukai guru fisiknya daripada guru sejarahnya.

Sikap menjadi salah satu tindakan yang diambil masyarakat untuk menggunakan produk yang akan digunakan dalam sehari-hari, teori ini sesuai dengan teori Utility yang berkenaan dengan keuntungan produk yang digunakan, kemudian teori AIDA yang dikaitkan dengan kognitif, afektif dan perilaku dan teori TAM yang berkaitan dengan kemudahan teknologi yang diterapkan, berkaitan dengan sikap, sesuai yang tertuang pada gambar 2 menjelaskan bahwa kegunaan dan keuntungan akan mempengaruhi sikap untuk menggunakan atau *attitude toward using* (A), sehingga jelas bahwa sikap kesiapan teknologi yang ditawarkan dalam bertransaksi secara *online* akan menentukan banyaknya kemudahan yang diterima oleh nasabah. Persepsi kegunaan dapat dibagi menjadi beberapa dimensi diantaranya:

- 1) Penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja individu
(*improves job Performance*)
- 2) Penggunaan sistem dapat meningkatkan produktivitas individu
(*increases productivity*)

- 3) Penggunaan sistem dapat meningkatkan efektivitas kinerja individu (*enhances effectiveness*)
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat bagi individu (*the sistem is useful*)³⁵

Pendapat yang sama dijelaskan oleh Lu bahwa persepsi kemudahan penggunaan berdasarkan bahasanya “*ease of use*” berarti suatu ukuran keyakinan pengguna suatu teknologi tertentu bahwa dengan menggunakan suatu teknologi dapat memberikan keleluasaan untuk tidak mengeluarkan usaha lebih. Hal ini menegaskan bahwa sikap erat kaitannya atas dasar penggunaan *mobile banking*, sehingga sikap erat kaitannya dengan persepsi perkembangan teknologi berupa *mobile banking*. Davis menjelaskan bahwa *Perceived attitude* merupakan sikap seseorang yang dapat berupa penerimaan atau penolakan dan mempengaruhi penggunaan teknologi sistem informasi melaksanakan pekerjaan seseorang. Sikap yang dirasakan ini dapat berupa niat atau perilaku seseorang dalam menggunakan teknologi sistem informasi, sikap terhadap niat menggunakan sistem informasi ini mungkin dipengaruhi langsung oleh aspek persepsi kegunaan atau kebermanfaatan dan aspek

³⁵ O Marisa, ‘Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology’, *Jurnal Administrasi Kantor*, 8.2 (2020),139–52<<http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>>.

persepsi kemudahan penggunaan *system* dan sikap perilaku niat menggunakan ini akan mempengaruhi kecenderungan kebiasaan seseorang dalam menggunakan sistem informasi dalam melakukan pekerjaan rutinnnya sehari-hari dan hal ini juga ditekankan oleh Aljzen bahwa sikap yang dirasakan ini merupakan niat perilaku seseorang terhadap suatu objek ditinjau dari fungsinya dan keyakinan bahwa objek tersebut dapat diterima untuk digunakan dalam pekerjaannya. Atau, sikap ini mungkin merupakan reaksi yang melibatkan penilaian dan penilaian seseorang terhadap suatu objek berdasarkan keyakinannya³⁶

b. Komponen-komponen Sikap Nasabah

Ada tiga komponen pembentuk sikap, yaitu:³⁷

- 1) Komponen kognitif. Komponen kognitif dapat dipahami sebagai komponen kepercayaan yang didasari oleh pengetahuan, persepsi dan pengalaman mengenai suatu objek.
- 2) Komponen afektif. Komponen afektif yaitu emosi-emosi yang ada pada diri seseorang dalam kaitannya dengan suatu objek.
- 3) Komponen konotif dipahami sebagai kesiapan untuk berperilaku tertentu yang didasari oleh suatu sikap tertentu

³⁶ Deni Wardani, 'Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking', *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>>.

³⁷ Ratih hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.85.

Sikap erat kaitannya dengan kesiapan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi saat ini. Penjelasan ini erat kaitannya dengan olah pikir (kognitif), afektif dan perilaku yang berkaitan dengan komponen perilaku (*behavioral component*)³⁸

Dalam hal ini kognitif erat kaitannya dengan pengetahuan, pemahaman, rasional, mendemostrasikan langsung *mobile banking* dan mempertahankan penggunaan *mobile banking*, selanjutnya afektif berkaitan dengan memilih, mengikuti, menyakini dan mengubah perilaku sesuai dengan perkembangan teknologi dan komponen perilaku (*behavioral component*) erat kaitannya dengan kepercayaan nasabah dengan mengkaitkan dengan model TAM yaitu kemudahan dan keuntungan *mobile banking* digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap

Pada saat seseorang melakukan interaksi sosial, seseorang tersebut membentuk pola sikap tertentu terhadap obyek yang dihadapinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap. Antara lain:³⁹

³⁸ Chitra Laksmi Rithmaya, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16.1 (2016), 160 <<https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>>.

³⁹ Ratih hurriyanti, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.87.

- 1) Pengalaman Pribadi: Pengalaman pribadi yang kuat akan dapat menjadi dasar pembentukan sikap. Sikap akan lebih mudah terbentuk jika pengalaman pribadi itu melibatkan faktor emosional.
- 2) Pengaruh Kebudayaan: Kebudayaan yang ada dimana seseorang tinggal dan dibesarkan memiliki arti yang mendalam pada pembentukan sikap orang tersebut. Disadari atau tidak kebudayaan telah menanamkan arah sikap seseorang terhadap berbagai masalah yang sedang dihadapinya.
- 3) Pengaruh Orang yang dianggap Penting: Pada masyarakat Indonesia cenderung lebih mempunyai sikap yang searah atau konformis kepada orang yang dianggapnya penting. Kecenderungan seperti ini lebih di pengaruhi oleh motivasi berafiliasi dan keinginan untuk menghindari konflik dengan orang yang dianggap penting oleh individu tersebut.
- 4) Media massa: Sebagai sarana komunikasi, berbagai bentuk media masa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah dan lain sebagainya mempunyai pengaruh dalam pembentukan opini dan kepercayaan orang. Media masa membawa perilaku pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengartikan opini individu. Adanya informasi baru mengenai suatu hal akan memberikan landasan kognitif bagi terbentuknya sikap terhadap hal tersebut.

- 5) Tingkat pendidikan: Prestasi belajar yang didapatkan oleh seorang individu bisa digunakan untuk mengetahui taraf kemampuannya, dari individu tersebut masuk sekolah hingga pendidikan terakhir yang dia capai. Dengan pendidikan memungkinkan seseorang mendapatkan pengalaman, pengetahuan, baik secara otomatis maupun praktis mengenai objek sikap mengenai individu tersebut.
- 6) Pengaruh Emosional dan Pengaruh Tokoh Agama: Emosi berfungsi sebagai penyaluran dan pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Tokoh agama memiliki peran dalam perubahan sikap atau masyarakat tertentu. Pengaruh ini didasarkan pada kondisi budaya tempat masyarakat tersebut bertempat tinggal.
- d. Proses Pembentukan dan Perubahan Sikap

Sikap terbentuk dari tiga struktur sikap yang mempengaruhi pertimbangan atau pengolahan persepsi individu terhadap suatu objek yang ditunjukkan dalam perilaku.⁷⁵ Sikap sosial suatu masyarakat terbentuk dari interaksi individu, dimana masing-masing saling mempengaruhi dan terjadi hubungan timbal balik yang bisa mempengaruhi pola perilaku masing-masing individu sebagai anggota masyarakat. Sikap dapat terjadi melalui empat macam cara:⁴⁰

⁴⁰ Sarlito Sarwono, Pengantar Psikologi Umum (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.203.

- 1) Adopsi; kejadian-kejadian dan peristiwa-peristiwa yang terjadi berulang-ulang dan terus-menerus, lama kelamaan secara bertahap diserap ke dalam diri individu dan mempengaruhi terbentuknya suatu sikap.
- 2) Deferensiasi: dengan berkembangnya inteligensi, bertambahnya pengalaman, sejalan dengan bertambahnya usia, maka ada hal-hal yang tadinya dianggap sejenis, sekarang dipandang tersendiri lepas dari jenisnya
- 3) Integrasi: pembentukan sikap disini terjadi secara bertahap, dimulai dengan berbagai pengalaman yang berhubungan dengan satu hal tertentu sehingga terbentuk sikap mengenai hal tersebut.
- 4) Trauma: trauma adalah pengalaman yang tiba-tiba, mengejutkan yang meninggalkan kesan mendalam pada jiwa orang yang bersangkutan

Pembentukan sikap tidak terjadi demikian saja, melainkan melalui suatu proses tertentu, melalui kontak sosial terus-menerus antara individu dengan individu-individu lain di sekitarnya. Dalam hubungan ini, faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah:

- 1) Faktor Internal: yaitu faktor-faktor yang terdapat dalam diri orang yang bersangkutan, seperti faktor pilihan.

- 2) Faktor Eksternal: selain faktor-faktor yang terdapat dalam diri sendiri, maka pembentukan sikap ditentukan pula oleh faktor-faktor yang berada diluar, yaitu sifat objek, sikap itu sendiri, bagus atau jelek dan sebagainya. Kewibawaan. Media komunikasi. Situasi pada saat sikap itu dibentuk. Sifat orang-orang atau kelompok yang mendukung sikap tersebut

Masyarakat akan memiliki sikap yang baik jika seseorang memiliki pengetahuan dan kepercayaan kepada produk. Morgan dan Hunt, Mukherjee dan Nath mengkonsepkan kepercayaan dipengaruhi beberapa hal diantaranya

- 1) *Shared Value* (Nilai Lebih) Dalam hal menumbuhkan kepercayaan konsumen salah satunya adalah memiliki nilai lebih baik sehingga mengembangkan loyalitas konsumen
- 2) *Cummunication* (Komunikasi) Pembagian informasi yang berarti dan tepat waktu baik secara resmi maupun tidak resmi kepada nasabah akan berimplikasi pada pengetahuan mereka tentang produk yang ditawarkan sehingga akan semakin meningkatkan kepercayaan
- 3) *Opportunistic Bahavior Control* (Pengendalian Perilaku Oportunitis) *Opportunistic Behaviour* didefinisikan sebagai pencarian akan kemungkinan seseorang termakan tipu muslihat ketika melakukan suatu transaksi sehingga nasabah

mempertimbangkan citra merek dan juga religiusitas karena semakin tinggi ibadah seseorang akan lebih berhati dalam mempertimbangkan ke mudharatan⁴¹

Dengan demikian, sikap merupakan kesiapan seseorang untuk memberikan keputusan dalam menggunakan fitur yang ada dalam *mobile banking*, hal ini akan dipengaruhi oleh kemampuan seseorang baik dari segi komponen kognitif yang erat kaitannya dengan pengetahuan pengguna, selanjutnya komponen afektif yang erat kaitannya dengan memilih dan mengikuti setiap perkembangan dunia digital dan terakhir komponen perilaku (*behavioral component*) yang erat kaitannya dengan kepercayaan, kemudahan dan keuntungan menggunakan *mobile banking* dalam kehidupan sehari-hari.

e. Hubungan Antara Persepsi dan Sikap

Sikap merupakan suatu evaluasi positif atau negatif terhadap objek atau permasalahan tertentu yang berhubungan dengan lingkungan. Sikap ini dipengaruhi oleh persepsi dan kognisi lingkungan, akan tetapi sikap terhadap lingkungan ini mampu pula mempengaruhi persepsi dan kognisi lingkungan. Komponen kognisi akan menjawab apa yang dipikirkan atau dipersepsikan tentang objek.

Komponen afeksi menjawab pertanyaan tentang apa yang di rasakan

⁴¹ Omar Hendro, Diah Isnaini Asiati, and Dwi Puspita Sari, 'Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5.2 (2020), 73–98 <<https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>>.

(positif atau negatif) terhadap objek. Dan komponen konasi akan menjawab pertanyaan bagaimana kesediaan atau kesiapan untuk bertindak pada objek.⁴² Selanjutnya bahwa ketiga komponen itu tidak berdiri sendiri, akan tetapi menunjukkan bahwa manusia merupakan suatu sistem kognitif. Hal ini berarti bahwa yang dipikirkan seseorang tidak akan terlepas dari perasaannya. Aspek kognisi merupakan aspek penggerak perubahan karena informasi yang diterima menentukan perasaan dan kemauan untuk berbuat. Persepsi merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal dari komponen kognisi, yang banyak dipengaruhi oleh faktor personal individu (seperti keputusan, kepentingan, pengetahuan, kebiasaan mengamati, dan pengalaman), faktor sosial, dan budaya, dan faktor lingkungan fisik. Melalui komponen kognisi akan timbul ide, kemudian konsep mengenai apa yang dilihat.

5. Keputusan Penggunaan

a. Pengertian Keputusan Penggunaan

Pengambilan keputusan sebagai proses integrasi yang melibatkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih jawaban dan memilih yang terbaik.⁴³ Dalam kedudukan produk jasa yang dihasilkan untuk pelanggan dengan mengetahui keputusan

⁴² M.Rizqon, "Analisis Persepsi dan Sikap Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Tabungan Berbasis Syariah di Iada Blokagung Tegalsari Banyuwangi". *Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5 No.1 (Januari 2017), h. 1-7

⁴³ Made Pidarta, *Manajemen Pendidikan Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 132.

penggunaan, dengan cara menggunakan layanan yang disediakan oleh pihak perusahaan atau organisasi yang menyediakan produk akan jasa yang dipromosikan kepada pelanggan atau konsumen

Keputusan menandai akhir dari proses mempertimbangkan masalah untuk memberikan jawaban atas pertanyaan tentang apa yang harus dilakukan untuk mengatasi masalah tersebut.⁴⁴ Pengambilan keputusan dilakukan oleh individu untuk mengevaluasi dan memilih salah satu. Untuk memperoleh keputusan harus mempertimbangkan dari sisi kekurangan dan kelebihan produk tersebut baik jasa atau barang.

Keputusan menunjukkan apakah suatu program yang direncanakan berhasil mempengaruhi pengguna. Memahami perilaku keputusan itu menantang karena tingkat kompleksitas persaingan yang semakin meningkat. Secara keseluruhan berdampak pada pengenalan kebutuhan, pencarian informasi sebelum digunakan, dan menimbang pilihan yang berbeda.

b. Tingkat Pengambilan Keputusan

Setiap tahun, terdapat variasi dalam perilaku pengambilan keputusan, terutama pada fase pencarian informasi. Tiga tingkat pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:⁴⁵

⁴⁴ Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm. 16

⁴⁵ Kotler, Armstrong. *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas, (Jilid 1), (Jakarta: Erlangga, 2001) hlm. 80

- 1) Pemecahan masalah jangka panjang Pengguna memerlukan berbagai informasi untuk membuat beberapa kriteria evaluasi dan banyak informasi terkait yang harus diperhitungkan sebelum digunakan.
- 2) Pemecahan masalah jangka pendek Pengguna menetapkan kriteria dasar untuk menilai kategori yang digunakan, namun belum sepenuhnya menetapkan pilihan. Pengguna membutuhkan informasi tambahan untuk lebih memahami perbedaan antar produk yang akan digunakan.
- 3) Perilaku bertindak secara konsisten Pelanggan memiliki beberapa keakraban dengan kategori produk dan beberapa standar yang jelas untuk mengevaluasi berbagai pilihan.

Konsumen membuat keputusan apakah akan menggunakan suatu jasa atau tidak setelah menimbang sejumlah elemen fisik, emosional, praktis, interpersonal, dan struktural. Pilihan menyajikan tantangan yang unik, yang ditangani oleh konteks masalah, dan darimana kesimpulan dapat dibentuk. Hasil ini akan digunakan untuk menginformasikan keputusan kesiapan pelanggan di masa mendatang tentang BSI Mobile.

Kepuasan pelanggan yang meningkat kemungkinan bahwa konsumen baru akan dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk atau jasa jika sumber informasi yang didapat jelas dan mudah

dipahami. Sehingga pengguna merasa puas dan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan maka, akan mudah untuk direkomendasikan kepada orang lain.

Fase pengambilan keputusan konsumen, seperti kesadaran akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan pemilihan tindakan perlu pertimbangan yang cermat. Pendapat responden, keputusan nasabah adalah pilihan yang dirasakan dan diinginkan nasabah, diberikan sehubungan dengan aktivitas pengambilan keputusan yang disetujui nasabah untuk menggunakan BSI Mobile.

Adapun beberapa indikator yang mempengaruhi pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Pencarian informasi.
- 2) Pengenalan masalah.
- 3) Keputusan menggunakan.
- 4) Perilaku pasca pengambilan keputusan.

6. Mobile Banking Bank Syariah Indonesia (BSI)

a) Pengertian BSI *Mobile*

Menurut OJK, mobile banking yaitu layanan yang memungkinkan nasabah bank melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan telepon genggam atau ponsel. Mobile banking dapat digunakan dengan memilih kartu dengan SIM (*Subscriber Identity*

Module), USSD (*Unstructured Supplemented Service Data*), atau aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh pelanggan⁴⁶. Teknologi yang digunakan dalam mobile banking berbasis smartphone dan menyediakan antarmuka fungsional bagi bank untuk berinteraksi dengan nasabah secara praktis, memungkinkan mereka untuk meningkatkan layanan nasabah dan efisiensi operasional. Penggunaan mobile banking memudahkan transaksi antar bank yang sebelumnya dilakukan secara manual dengan menghubungi pihak bank. Transaksi ini sekarang dapat dilakukan menggunakan smartphone, menghemat waktu dan uang pelanggan. Mobile banking adalah alat yang dapat diakses oleh siapa saja dalam melakukan berbagai transaksi keuangan, termasuk setoran, penarikan, pembayaran, dan transfer bank (transfer).⁴⁷

Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadikan perbankan serbaguna sebagai pelatihan ekonomi syariah. Dalam rangka memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan masyarakat Indonesia pada umumnya, PT Bank Syariah Indonesia (Tbk) senantiasa melakukan inovasi dan digitalisasi produk. BSI Mobile merupakan saluran distribusi perbankan yang menggunakan teknologi transmisi data dan

⁴⁶ Evan Hamzah Muchtar, Muhammad Nurul Alim, And Nikmatul Nurjannah, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia" 1 (2022): 55–67

⁴⁷ Fajar Sodik, Alifia Nur Zaida, And Khusnul Zulmiati, "Analisis Minat Penggunaan Pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM Dan TPB," *Journal Of Business Management And Islamic Banking* 1, No. 1 (2022): 35–53.

General Package Radio Service (GPRS) pada smartphone untuk mengakses rekening nasabah⁴⁸. BSI Mobile akan menjadi aplikasi perbankan lengkap yang memenuhi semua kebutuhan sosial, spiritual, dan finansial nasabah⁴⁹. Karena mobile banking memberikan informasi kepada nasabah dengan kecepatan tinggi dan dalam berbagai format, aplikasi BSI Mobile juga memudahkan nasabah untuk mengakses informasi dari rekening mobile banking mereka. Jika dibandingkan dengan layanan pribadi, yang membutuhkan lebih banyak waktu dan tenaga, mobile banking mungkin juga menawarkan biaya layanan yang lebih rendah.⁵⁰

Tujuan dari pemanfaatan *electronic banking* bagi nasabah/anggota dan pengawas bank adalah untuk memberikan pemahaman yang komprehensif, maupun memberikan edukasi oleh bank untuk mendukung penggunaan *electronic banking* sebagai alat dan perangkat transaksi oleh para nasabah atau anggota, pemanfaatan teknologi *electronic banking* juga memberi beberapa manfaat diantaranya mobilitas, model pelayanan yang berubah

⁴⁸ Intan Wulan Dari Bancin And Nurul Jannah, "Analisis Minat Nasabah Pada Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Dalam Pembayaran ECommerce: Studi Kasus Pada Mahasiswa UINSU," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 2, No. 2 (2022): 1487–99.

⁴⁹ Muchtar, Alim, And Nurjannah, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia."

⁵⁰ Nur Azizah A And Muhammad Rahmat Hidayat, "Analisis EServqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi BSI Mobile" 7, No. Februari (2022): 63–72.

dimana nasabah atau anggota tidak perlu datang ke kantor cabang bank, pembayaran menjadi lebih mudah⁵¹

Mobile banking diartikan sebagai fasilitas dari bank dalam era teknologi saat ini sesuai dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, layanan yang terdapat pada mobile banking meliputi pembayaran, *transfer*, *history*, dan lain kegiatan lainnya mobile banking dapat digunakan telpon seluler dengan tujuan para nasabah dapat lebih mudah untuk menjalankan aktivitas perbankannya tanpa batas ruang dan waktu, layanan mobile banking diharapkan dapat memberikan kemudahan dan manfaat bagi para nasabah dalam melakukan akses ke bank tanpa harus datang langsung ke bank⁵²

Mobile banking dapat diakses hanya dalam satu langkah diantaranya melalui SMS Toolkit, pelanggan dapat menggunakan layanan *mobile banking* melalui menu kartu SIM, tergantung penyedia yang digunakan, setiap penyedia menawarkan menu layanan mobile banking yang berbeda, untuk dapat menggunakan layanan mobile banking, nasabah harus mendaftarkan password pada bank untuk

⁵¹ Farida Fadliatul Husna and Muhamad Mustaqim, 'Pemanfaatan Electronic Banking Bagi Anggota Di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Tayu', *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4.2 (2020), 148 <<https://doi.org/10.21043/malia.v4i2.8496>>.

⁵² Hanif Astika Kurniawati, Alfi Arif, and Wahyu Agus Winarno, 'Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi', *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4.1 (2017), 24 <<https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>>.

mengakses layanan ini, seperti halnya layanan perbankan lainnya, mobile Banking juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan.

Hal ini dapat dijelsakan bahwa kekurangan dan kelemahan mobile banking dengan menggunakan mobile banking, nasabah bisa bertransaksi keuangan dengan mudah dan praktis dimanapun nasabah tersebut berada, jika dari sisi keamanan, transaksi keuangan menggunakan *mobile banking* lebih terjaga dikarenakan data-data bisa dengan mudah dapat dihapus, kurang fleksibel akibat terbatasnya pengelolaan transaksi keuangan sehingga tidak bisa membuat transaksi keuangan yang banyak dalam satu waktu sekaligus, relatif lebih mahal saat pemakaian mobile banking karena terkadang terjadi penambahan biaya administrasi lainnya untuk transaksi-transaksi tertentu, kekurangan lainnya dalam penggunaan mobile banking yaitu dimana ketika nasabah harus menghafalkan setiap kode yang dibutuhkan untuk melakukan masingmasing transaksi, setiap transaksi yang dilakukan akan menggunakan kode yang berbeda-beda, sehingga jika pelanggan lupa kode yang dibutuhkan maka transaksi tidak akan selesai⁵³

Bansk Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT

⁵³ Iriani, 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.', *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2.2 (2022).

Bank BNI Syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021 melalui surat Nomor SR-3/PB.1/2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.⁵⁴

Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah tersebut, sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).

⁵⁴ PT Bank Syariah Indonesia Tbk, *Prospektus Penggabungan Usaha dan Penerbitan Saham Baru Dalam Rangka Penggabungan*, (Jakarta: BSI, 2021), hlm. 11.

Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.

b. Fitur Layanan BSI Mobile

PT Bank Syariah Indonesia Tbk selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik kepada nasabahnya. Salah satu caranya adalah dengan menyediakan pelanggan dengan fitur-fitur modern yang menarik yang memudahkan mereka untuk melakukan bisnis. Aplikasi BSI Serbaguna tidak hanya memberikan highlight terkait perbankan, tetapi juga memberikan highlight dukungan Islami (Juz Amma, Asmaul Husna, dan Pengolah Angka Qurban), elemen berbagi (Zakat, Infaq, Berkah, BAZNAS, Rumah Zakat, Berbagi Qurma (Al-Qur'an Maslahat)), Fitur isi ulang e-wallet (seperti E-Money, LinkAja, Shopee Pay, dan sebagainya) Fitur e-commerce (seperti Shopee, Tokopedia, dan lainnya), fitur pembelian dan cicilan (Portable

Voucher, PLN, Paket Informasi, Tiket, Proteksi, dan sebagainya, selanjutnya menjunjung tinggi kerangka QRIS)⁵⁵

Dalam konteks inilah kehadiran BSI menjadi sangat penting. Bukan hanya mampu memainkan peran penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal, tetapi juga sebuah ikhtiar mewujudkan harapan Negeri.



Gambar 3. BSI Tabungan Smart



Gambar 4. Tampilan BSI Mobile

⁵⁵ A And Hidayat, Analisis E-Servqual Terhadap Customer Satisfaction Dan Customer Loyalty Pada Aplikasi BSI Mobile.

c. Indikator BSI *Mobile*

Menurut Annisa Fitria, dkk⁵⁶ indikator BSI *Mobile* adalah sebagai berikut:

- 1) Security, yaitu jaminan kerahasiaan data transaksi serta data nasabah sebagai akibatnya nasabah puas dengan keamanan perangkat mobile bankingnya.
- 2) Speed, yaitu kemudahan nasabah menyelesaikan transaksi lebih cepat agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah terkait kecepatan dan kemudahan transaksi.
- 3) Trust, yaitu kepercayaan nasabah terhadap kredibilitas layanan mobile banking yang disajikan oleh bank menjadikan nasabah mempercayai layanan mobile banking tersebut.
- 4) Accuracy, yaitu tingkat akurasi layanan dalam memberikan informasi yang akurat mengenai data transaksi dan data keuangan nasabah.

7. Keterkaitan Sikap dan Keputusan Penggunaan Mobile Banking

Keterkaitan sikap dan keputusan erat kaitannya dengan persepsi masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*. Dalam hal ini erat kaitannya dengan pengamatan seseorang terhadap sesuatu hal yang ada di lingkungan sekitar melalui panca Indera, persepsi diperoleh dengan cara

⁵⁶ Annisa Fitria And Aang Munawar, "Pengaruh Penggunaan Internet Banking, Mobile Banking Dan SMS Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI," Jurnal Informatika Kesatuan 1, No. 1 (2021): 43–52.

meringkas informasi dan menafsirkan informasi tersebut, sehingga dapat memberikan tanggapan mengenai baik buruknya atau positif negatifnya informasi, dalam hal ini persepsi pada dasarnya menyangkut hubungan antara seseorang dengan lingkungannya melalui panca indera, karakteristik pribadi yang mempengaruhi persepsi meliputi sikap, kepribadian, motif, keputusan, pengalaman masa lalu, dan harapan⁵⁷

Keberhasilan produk yang digunakan, dalam hal ini dijelaskan bahwa persepsi nasabah bank syariah terhadap bank syariah baik dan terus menunjang kinerja dengan setia menggunakan produk yang dikeluarkan lain halnya pendapat atau persepsi nasabah perbankan non-Muslim menyatakan fasilitas pendukung perbankan syariah saat ini masih kurang sehingga tidak berkeputusan menggunakan produk perbankan syariah⁵⁸. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, persepsi nasabah menjadi penunjang keberhasilan produk, dalam hal ini keputusan menggunakan produk yang ditawarkan bank syariah, kemudahan penggunaan produk dan fasilitas yang ditawarkan.

Keterkaitan sikap dan keputusan terhadap perbankan dapat tumbuh berdasarkan pengalaman, nilai-nilai yang dianut, bentuk-bentuk stimulus yang memengaruhi proses selektif, serta sistem dan pertukaran zat dalam

⁵⁷ Lailatul Iffah, 'Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2018), 79 <<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>>.

⁵⁸ Mustakim Muchlis, 'Persepsi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7.03 (2021), 1793–98.

tubuh, komponen yang memengaruhi persepsi dapat diketahui berdasarkan pendapat Sobur sebagai berikut:

- a) Seleksi Rangsangan yang berasal dari luar atau dari indera berkaitan dengan intensitas dan jenis.
- b) Interpretasi Proses pengorganisasian informasi yang mampu memberikan arti bagi orang lain
- c) Pembulatan Proses penarikan kesimpulan dan tanggapan berdasarkan informasi yang diterima oleh seseorang.⁵⁹

Hal ini erat kaitan dengan kegunaan Bank Syariah sebagai berikut:

- a. Fasilitas Mobile Banking. Faktor kunci keberhasilan dalam memperoleh keuntungan adalah memberikan fasilitas sesuai kebutuhan dan keinginan masyarakat. Beberapa fasilitas yang ditawarkan bank syariah diantaranya adalah aplikasi mobile banking yang kekinian, pilihan akad sesuai ketentuan syariah, kartu debit bank syariah dan internet banking, sehingga nasabah dapat merasakan kemudahan dan kegunaan tepat fasilitas yang ditawarkan
- b. Produk. Persepsi ini dipengaruhi oleh proses terhadap kondisi psikologis seperti pengalaman pribadi secara langsung, pengetahuan tentang produk bank syariah, motivasi, dan ekspektasi sebagai

⁵⁹ Empresa Ternos, Junior S R Ltda, and Horizonte Empresarial Vol, 'Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Merger Bank Syariah', 2.2 (2014), 13–28.

nasabah, produk bank syariah, maka membuat keadaan yang dirasakan membentuk menjadi ingatan dan pemikiran.

- c. Profit (bagi hasil). Bagi hasil yang dirasakan, islami literasi keuangan, dan kualitas layanan e-banking, bagi hasil, literasi keuangan syariah, dan kualitas layanan e-banking, serta religiusitas menggunakan jasa Bank Syariah Indonesia (BSI)⁶⁰
- d. Brand Image. Memfasilitasi pemahaman tentang produk Islami yang ditawarkan dan mempermudah perbandingan dengan produk konvensional serupa akan membantu konsumen mengambil pilihan yang lebih baik, hal ini mempunyai manfaat tambahan yaitu menjamin bahwa pemasok produk dan layanan keuangan, baik syariah maupun konvensional, memberikan nilai komparatif kepada konsumen dan tampaknya penting dalam sektor jasa keuangan yang semakin kompetitif⁶¹

Selain kegunaan, ditegaskan ada hal menjadi mendasar yaitu persepsi sikap, ada beberapa indikator diantaranya adalah:

- a) Pengalaman masa lalu seseorang sehingga dapat menarik kesimpulan setelah melihat, mendengar, dan merasakan, pengalaman yang

⁶⁰ Mey Maulidya and Rediyanto Putra, 'The Effect of Perceptions of Profit Sharing, Islamic Financial Literacy, and E-Banking on Customer Interests in Using Bank Syariah Indonesia (BSI) Services Religiosity as a Moderating Variable', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13.2 (2023), 225 <[https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).225-244](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).225-244)>.

⁶¹ Sanaullah Noonari and others, 'Knowledge and Perception of Students Regarding Islamic Banking : A Case Study of Hyderabad Sindh Pakistan Net External Liabilities and Economic Growth : A Case Study Of', *Information and Knowledge Management*, 5. SEPTEMBER (2015), 86–100 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3030.4485>>.

diberikan atau dirasakan oleh orang lain dan bercerita tentang pengalaman yang telah dirasakan. Dalam hal ini pengalaman dikaitkan dengan karakter individu dapat dipengaruhi oleh peristiwa masa lalu, serta keputusan atau kepentingan individu, seseorang akan merasakan pengalaman masa lalu terhadap sesuatu hal yang dikaitkan dengan hal-hal yang akan terjadi dimasa yang akan datang ⁶²

- b) Keinginan untuk memberikan pengaruh terhadap persepsi orang lain dalam membuat suatu keputusan.
- c) Pengetahuan. Pengetahuan melalui penggunaan internet dan kemajuan teknologi informasi membuat pengetahuan dan informasi lebih mudah untuk didapatkan Hal tersebut berbeda dengan kondisi dimasa lalu yang masih menggunakan media massa, buku, dan berita dari mulut ke mulut untuk menyebarkan informasi yang membentuk pengetahuan dalam diri seseorang, dalam hal ini berkaitan dengan pengetahuan produk dan akses layanan
- d) Servis kualitas. Kualitas pelayanan yang dimiliki suatu perusahaan baik dan promosi yang diciptakan juga baik maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk menggunakannya, konsumen yang tertarik dengan salah satu jasa akad tabungan yaitu akad wadiah akan

⁶² Yunita Maulidiyah Faha, Masruchin Masruchin, and Fitri Nur Latifah, 'The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings', *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5.1 (2022), 153–66 <<https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>>.

cenderung memberikan kesan, nilai, dan persepsi yang baik terhadap jasa yang ditawarkan bank syariah ⁶³

B. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini relevan dengan beberapa penelitian sebelumnya, dengan sampel yang berbeda dengan peneliti saat ini, penelitian relevan dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model	Penggunaan mobile banking terhadap keputusan bertransaksi (Y) dimana koefisiennya adalah 11,127 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 dan Koefisien regresi persepsi kegunaan penggunaan (X) sebesar 0,640 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1% nilai Usefulness, maka nilai Keputusan bertambah sebesar 0,640. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif
2	Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan nasabah	Hasil pengujian menunjukkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan nasabah

⁶³ Ellisa Nur Amelia, Mira Rahmi, and Lili Puspita Sari, 'Students Perceptions of Service Quality and Promotion of Interest in Using Wadiah Contract in Islamic Banks', *Journal of Islamic Economics and Social Science (JIESS)*, 2.2 (2021), 87 <<https://doi.org/10.22441/jiess.2021.v2i2.003>>.

	menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya	menggunakan mobile banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya.
3	Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. (2022). Analisis keputusan menggunakan mobile banking.	adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi keamanan terhadap keputusan menggunakan
4	Wardani, D. (2021). Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap sikap penggunaan, dan sikap penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kebiasaan penggunaan <i>mobile banking</i> bank pemerintah
5	Rithmaya, C. L. (2016). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Ininternet Banking.	Terdapat pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan Ininternet Banking.
6	Mustakim Muchlis, (2021) Persepsi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Indonesia	persepsi nasabah mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap praktik produk pembiayaan murabahah di bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh

		yang ditunjukkan dengan hasil beberapa uji pengujian
7	Lailatul Iffah, (2018), Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang	Persepsi nasabah bank syariah terhadap bank syariah baik dan terus menunjang kinerja dengan setia menggunakan produk yang dikeluarkan. Sementara itu, nasabah perbankan non-Muslim menyatakan fasilitas pendukung perbankan syariah saat ini masih kurang sehingga tidak berkeputusan menggunakan produk perbankan syariah
8	Empresa Ternos, Junior S R Ltda, and Horizonte Empresarial Vol, 'Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Merger Bank Syariah	variabel bagi hasil dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan generasi Z dalam menggunakan layanan bank syariah, sedangkan variabel produk dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan menggunakan layanan bank syariah.
9	Elisa Nur Amelia, Mira Rahmi, and Lili Puspita Sari, (2022) 'Students Perceptions of Service Quality and Promotion of Interest in Using Wadiah Contract in Islamic Banks	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan, sedangkan promosi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan. Untuk kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama

		berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan.
10	Yunita Maulidiyah Faha, Masruchin Masruchin, and Fitri Nur Latifah, (2022) 'The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel religiusitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah dengan nilai $32,860 > 1,960$, sedangkan variabel persepsi mempunyai pengaruh terhadap keputusan menabung di bank syariah karena nilainya $21,954 > 1,960$. Dari hasil tersebut, bank syariah mempunyai peluang untuk meningkatkan kinerja dan acara-acara yang berguna untuk menjelaskan produk bank syariah kepada nasabah.
11	Mey Maulidya and Rediyanto Putra (2023) 'The Effect of Perceptions of Profit Sharing, Islamic Financial Literacy, and E-Banking on Customer Interests in Using Bank Syariah Indonesia (BSI) Services Religiosity as a Moderating Variable	Persepsi bagi hasil, literasi keuangan syariah dan kualitas layanan e-banking memiliki pengaruh positif terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BSI baik secara parsial maupun simultan, religiusitas tidak mampu memoderasi pengaruh persepsi bagi hasil, literasi keuangan syariah dan kualitas layanan e-banking terhadap keputusan menggunakan jasa BSI.
12	Sanaullah Noonari and others, (2015) 'Knowledge	persepsi dan pengetahuan siswa secara keseluruhan berbeda

<p>and Perception of Students Regarding Islamic Banking : A Case Study of Hyderabad Sindh Pakistan Net External Liabilities and Economic Growth : A Case Study Of', <i>Information and Knowledge Management</i></p>	<p>signifikan dari nol dan menunjukkan bahwa siswa memiliki persepsi yang lebih baik tentang perbankan syariah tetapi pengetahuannya buruk.</p>
---	---

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat di jelaskan sebagai berikut:

- a. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. yaitu sama-sama meneliti mengenai yang mempengaruhi keputusan nasabah. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.
- b. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Fandi, A yaitu sama-sama mengkaji keputusan nasabah menggunakan *mobile banking* dan perbedaannya terletak pada tempat dan fokus penelitian pada variabel lainnya.
- c. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Nursiah, N., Ferils, M., & Kamarudin, J. yaitu sama-sama meneliti mengenai yang mempengaruhi keputusan nasabah. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.
- d. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Wardani, D. yaitu sama-sama meneliti mengenai yang faktor-faktor pengaruh dalam penggunaan

mobile banking. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.

- e. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Rithmaya, C. L. yaitu sama-sama meneliti mengenai yang persepsi kemudahan dan mnfaat. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.
- f. Persamaan antara penelitian ini dengan Mustakim Muchlis yaitu sama-sama mengkaji persepsi nasabah nasabah dan perbedaannya terletak pada tempat.
- g. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Lailatul Iffah yaitu sama-sama meneliti mengenai persepsi nasabah. dan perbedaannya terletak pada lokasi.
- h. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Empresa Ternos. yaitu sama-sama meneliti mengenai persepsi nasabah.. Dan perbedaannya terletak pada tempat penelitian dan fokus penelitian.
- i. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Elisa Nur Amelia, Mira Rahmi, and Lili Puspita Sari yaitu sama-sama mengkaji keputusan nasabah. Dan perbedaannya terletak pada lokasi.
- j. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Yunita Maulidiyah Faha, Masruchin Masruchin, and Fitri Nur Latifah yaitu sama-sama mengkaji keputusan nasabah. Dan perbedaannya terletak pada lokasi
- k. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Mey Maulidya and Rediyanto Putra. yaitu sama-sama meneliti mengenai yang faktor-faktor

pengaruh keputusan nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.

1. Persamaan antara penelitian ini dengan penelitian Sanullah Noonari yaitu sama-sama meneliti mengenai yang persepsi nasabah. Dan perbedaannya penelitian ini yaitu fokus penelitian dan lokasi penelitian.

C. Kerangka Berpikir

Penelitian ini erat kaitannya dengan teori Utility yang menekankan kepada kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai gunanya, hal ini menegaskan kepada penjelasan kepuasan itu semakin tinggi maka semakin tinggilah nilai gunanya dan berhubungan dengan teori AIDA yang menekankan kepada proses pengambilan keputusan pembelian yaitu suatu proses psikologis yang dilalui oleh konsumen atau pembeli, prosesnya yang diawali dengan tahap menaruh perhatian (*Attention*) terhadap barang atau jasa, kemudian jika berkesan dia melangkah ke tahap ketertarikan (*Interest*) untuk mengetahui lebih jauh tentang keistimewaan produk atau jasa tersebut, jika intensitas ketertarikannya kuat maka berlanjut ketahap memiliki hasrat atau keinginan (*Desire*) karena barang atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan kebutuhannya. Jika hasrat dan keinginannya begitu kuat baik karena dorongan dari dalam atau rangsangan persuasif dari luar maka konsumen atau pembeli tersebut akan mengambil keputusan membeli (*Action to buy*) barang atau jasa yang di tawarkan

Wang dari hasil penelitian mengungkapkan *mobile banking* erat kaitannya dengan teori TAM, model TAM ini diadaptasi dari teori adopsi TRA yang paling banyak diterima dalam penelitian sistem informasi untuk memprediksi adopsi teknologi informasi berdasarkan aspek kegunaan dan kenyamanan penggunaan. Bagaimana penggunaan teknologi informasi akan mempengaruhi perilaku, sikap, dan niat pengguna dan pola penggunaan, penambahan aspek kepercayaan pengguna yang dipadukan dengan aspek kegunaan dan kenyamanan pada model ini dapat memberikan pengaruh yang cukup signifikan terhadap penerimaan pengguna terhadap sistem informasi serta menentukan sikap dan kebiasaan perilaku mereka dalam menggunakan teknologi informasi, oleh karena itu, penerimaan pengguna terhadap teknologi informasi yang baru diimplementasikan ditentukan oleh niat perilaku pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut dan kepercayaan diri mereka dalam menggunakan teknologi tersebut⁶⁴

Penelitian selanjutnya menekankan layanan *mobile banking* pada jumlah aktivitas pencarian informasi bisa tiga kali lipat dibandingkan dengan kegiatan transaksi, Hal ini dikarenakan karakter masyarakat Indonesia yang masih belum percaya akan transaksi menggunakan *mobile banking*, selain itu juga kepercayaan nasabah terhadap resiko keamanan dalam menggunakan *mobile banking* masih kurang sehingga menimbulkan kekhawatiran akan terkena penipuan masih tinggi. *Mobile banking* syariah produk perbankan yang

⁶⁴ Maulana et al.

diciptakan untuk memberikan kemudahan bagi para nasabah maupun bank dalam proses transaksi perbankan. Dengan beberapa layanan produk diantaranya transaksi pembelian, pembayaran (zakat/infaq, asuransi dll) transfer, BSM Call, Produk, Promo, dan Jadwal Sholat ⁶⁵

Ketiga teori ini menegaskan adanya kemudahan dan keuntungan akan mencapai rasa keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* syariah, hal ini menjelaskan bahwa sikap dan keputusan pelanggan merupakan salah satu aspek psikologi manusia yang dapat memotivasi masyarakat untuk mencapai tujuannya. Seseorang yang tertarik pada suatu objek cenderung akan lebih memperhatikan atau merasa lebih senang pada objek tersebut, namun jika objek tersebut tidak menimbulkan perasaan senang maka orang tersebut tidak akan tertarik pada objek tersebut. Keputusan dapat diartikan sebagai suatu keinginan yang timbul karena adanya perhatian seseorang terhadap suatu barang atau benda atau dapat juga dikatakan sebagai keinginan untuk ingin melakukan suatu kegiatan tertentu.

Perilaku erat kaitannya dengan status social masyarakat, Posisi status seorang individu tentunya menentukan kelas struktur sosial, ini bermakna bahwa akan imbas kepada penentuan hubungan dengan orang lain. Perlu diketahui bahwa kedudukan seseorang sangat berpengaruh dihadapan orang

⁶⁵ Fandi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.3 (2019), 110–17.

lain, baik kedudukannya dari golongann atas maupun sebaliknya, hal ini pulalah juga mempengaruhi peranannya,

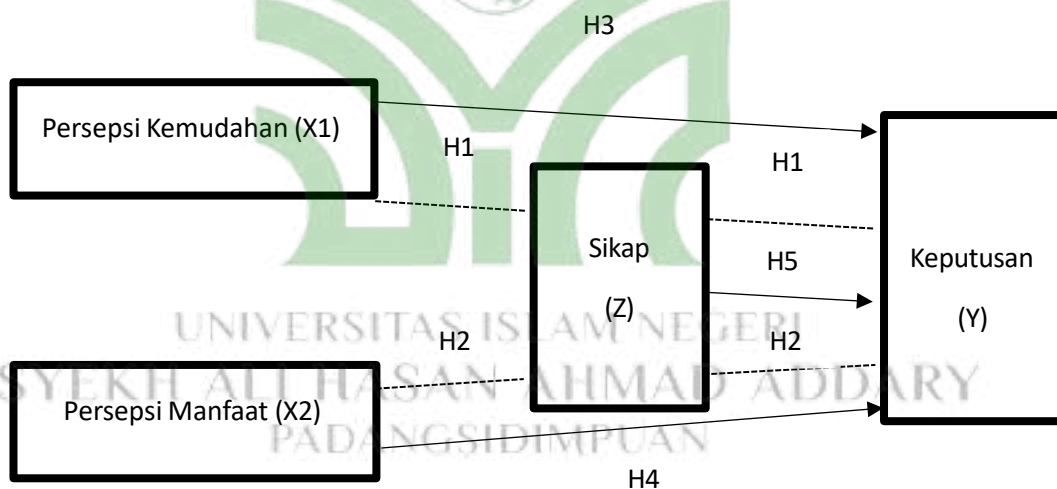
Banyak ahli yang mengungkapkan dan mendefenisikan tentang tingkatan dalam status sosial ekonomi, salah satunya mengungkapkan bahwa ada 6 (Enam) jenis status sosial ekonomi diantaranya adalah 1) Tingkatan Atas (*upper-upper class*), 2) tingkatan atas-lapisan bawah (*lower-upper class*), 3) tingkatan menengah-lapisan atas (*lower-middle class*), 4) tingkatan menengah-lapisan bawah (*lowermiddle class*), 5) tingkatanrendah-lapisan atas (*upper-lower class*), dan 6) tingkatan rendah–lapisan bawah (*lower-lower class*)⁶⁶

Hal ini terjadi di Masyarakat Sibuhuan, dengan keanekaragam perkenomonian baik kalangan menengah atas ataupun kalangan menengah bawah, kurangnya transaksi mengakibatkan sikap dan keputusan penggunaan mobile banking juga tidak terlalu menguntungkan dalam aplikasinya, 60% Masyarakat masih berada dikalangan menengah bawah hal ini ditunjukkan dengan penghasilan dibawah UMR, artinya kegunaan mobile banking masih jarang digunakan karen transaksi yang dilaksanakan juga tidak banyak. Permasalahan nasabah *lower class*, yang sangat merasa nyaman dan mudah jika datang langsung ke bank syariah, hal ini terlihat hasil wawancara dengan salah satu nasabah BSI Sibuhuan dengan pekerjaan sebagai penjual nasi, hasil wawancara menjelaskan bahwa nasabah tidak mengerti menggunakan layanan

⁶⁶ Ilham, 'Prilaku Masyarakat Melakukan Pinjaman Kepada Rentenir Ditinjau Dalam Persepektif Sosial Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Unggat Kota Tanjungpinang)', *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2019), 42–53.

digital, buat nasabah tersebut lebih baik ketemu dengan *customer service* atau *teller* untuk langsung berbicara dan dibantu untuk melakukan transaksi sesuai dengan kebutuhan nasabah.

Hal ini menegaskan bahwa banyak hal yang harus diinformasikan kepada Masyarakat luas, untuk mengetahui responsive Masyarakat Sibuhuan tentang keberadaan *mobile banking* terutama Nasabah *Lower Class*, sehingga akan diuji pengaruh sikap dan keputusan Masyarakat Sibuhuan terutama nasabah BSI KCP. Sibuhuan memahami keuntungan dan keunggulan *mobile banking*, sehingga dapat digambarkan kerangka Berpikir dalam penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 5. Kerangka Berpikir

Keterangan:

- > Berpengaruh Langsung
- - - - -> Berpengaruh Tidak Langsung

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan spekulatif atau dugaan dengan kemungkinan keberhasilan terbesar. Berikut adalah kemungkinan rumusan hipotesis penelitian berdasarkan rumusan masalah, kajian literatur. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka hipotesis penelitian ini adalah:

- H1 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap.
- H2 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap.
- H3 : Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.
- H4 : Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.
- H5 : Sikap berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi/tempat penelitian dilakukan di masyarakat Sibuhuan yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Waktu penelitian akan dilakukan September 2023 hingga Juni 2025, yang dimulai dari pengusulan judul hingga penulisan tesis dan akan dilanjutkan publikasi artikel ilmiah di jurnal berakreditasi Nasional.

B. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis dan metode penelitian ini adalah metode kuantitatif untuk mengetahui secara jelas pengaruh sikap dan keputusan nasabah *lower class* terhadap penggunaan *mobile banking* BSI KCP. Sibuhuan, Data yang digunakan dalam penelitian pengisian kusioner atau angket skala Likert serta dari data yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data *kuosioner* yang diberikan kepada nasabah *lower class*.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan⁶⁷ Populasi dalam

⁶⁷ Sugiono., 2020. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research and Development. Rineka Cipta. Bandung

penelitian ini adalah nasabah *lower class* di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan.

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* karena penulis menentukan sampel untuk penelitian ini dengan kriteria dan karakteristik yang telah ditentukan.

Tabel 3.1 Skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2011

Adapun untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow (1997), hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui. Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = nilai standard = 1.96

p = maksimal estimasi = 50% = 0.5

d = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi sebanyak 100 responden *lower class* di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Sibuhuan. Peneliti memilih menggunakan rumus Lemeshow karena populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- a) Angket (Questionnaire) yaitu dengan membagikan daftar pertanyaan yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan judul penelitian.
- b) Studi dokumen yaitu mempelajari data atau laporan-laporan yang terdapat di instansi lokasi penelitian yang mendukung dan terkait dengan judul penelitian.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan data primer, dengan memberikan angket Skala Likert dengan bentuk pernyataan dan jawaban SS = Sangat Setuju, S= Setuju, TS= Tidak Setuju dan STS = Sangat Tidak Setuju, angket akan disusun sesuai dengan variabel penelitian. Variabel merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya.

1. Variabel *Independen* (variabel bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).
2. Variabel *dependen* (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.
3. Variabel *Intervening* adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dan menjadi hubungan tidak langsung, yang tidak dapat diamati dan diukur.

Berdasarkan judul yang diajukan penulis dalam penelitian ini, maka terdapat variabel yaitu variabel bebas (X_1) dan (X_2) variabel terikat (Y) serta variabel *intervening* (Z). Indikator adalah suatu gambaran atau keadaan yang akan dijadikan pokok perhatian untuk menjelaskan variabel bebas dan variabel terikat.

F. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Analisis data merupakan kegiatan yang terdiri dari: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data, berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Analisis Structural Equation Modelling Partial Least Square (SEM-PLS).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis full model Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) atau lebih dikenal dengan istilah SEM-PLS. SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis korelasi (regresi), yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya dalam suatu model tertentu.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis full model Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) atau lebih dikenal dengan istilah SEM-PLS. SEM adalah teknik analisis multivariate yang merupakan kombinasi antara analisis faktor dan analisis korelasi (regresi), yang bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya dalam suatu model tertentu. Dalam memudahkan penelitian ini menghasilkan analisis secara statistik, akan digunakan satu aplikasi statistik yang dikenal dengan SmartPLS. Versi SmartPLS yang digunakan adalah versi 4.0.

2. Pengujian Outer Model

a. Pengujian Validitas

Tujuan dari dilaksanakannya uji validitas adalah untuk mengukur ketepatan suatu instrument penelitian atau dengan kata lain bahwa uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pertanyaan yang digunakan dapat menguji suatu model dalam penelitian ini. Pengujian validitas dalam SEM-PLS ini akan menggunakan metode konvergen dengan indikator reflektif berdasarkan pada nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari 0,5 ($>0,5$). Jika nilai AVE lebih besar dari 0,5 maka indikator yang menjadi refleksi variabel konstruk cocok untuk digunakan

b. Pengujian Reliabilitas

Keandalan (reliabilitas) suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut bebas dari kesalahan dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrument. Dengan kata lain, keandalan suatu pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi dimana instrument mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran

Pengujian reliabilitas pada penelitian ini akan menggunakan metode Cronbach's Alpha dan Composite Reliability. Digunakannya Cronbach's Alpha untuk mengukur batas bawah dari suatu nilai

reliabilitas suatu variabel konstruk. Nilai Cronbach's Alpha yang diharapkan adalah $>0,7$. Sedangkan Composite Reliability digunakan untuk mengukur nilai reliabilitas sesungguhnya dari variabel konstruk yang dibangun. Pada pengujian Composite Reliability ini, variabel konstruk dinyatakan reliabel jika bernilai $>0,7$ dengan nilai koefisien reliabilitas antara 0 – 1.

3. Pengujian Inner Model

a. Predictive Relevance.

Pengujian predictive relevance bertujuan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya maka dapat menggunakan Q^2 predictive relevance atau koefisien determinasi total pada analisis jalur (mirip R^2 pada regresi). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan bahwa model mempunyai predictive relevance, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*.

b. Pengujian Model Fit

Pengujian model fit digunakan untuk memastikan bahwa model yang diusulkan dan dibangun pada suatu penelitian memiliki kecocokan antara teori dengan data sampel yang digunakan, sekaligus untuk melihat model mana yang paling tepat memprediksi suatu variabel. Pengujian ini merupakan pengujian paling mendasar tentang kecocokan antara teori dengan data sampel yang digunakan.

Pengujian model fit ini menggunakan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) yang merupakan akar kuadrat dari perbedaan antara residual matriks kovarian sampel dengan model kovarians hipotesis. Suatu model dinyatakan fit jika memiliki nilai SRMR kurang dari 0,05 (ada juga yang menyatakan nilai 0,08 masih dianggap layak untuk diterima

c. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menilai koefisien determinasi adalah 0,75; 0,50; 0,25 yang masing-masing mewakili penilaian model yang dapat menjelaskan secara baik, sedang, dan lemah. Adjusted R² digunakan ketika meneliti variabel eksogen yang berbeda pengukuran ataupun memiliki jumlah observasi yang tidak sama.

4. Pengujian Hipotesis (Uji T Statistik)

Tujuan pengujian hipotesis langsung ini untuk mengujian tingkat signifikan suatu pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogennya. Penelitian ini menggunakan uji T-test dengan metode bootstrapping. Adapun skor atau nilai T statistic harus lebih dari 1,96 untuk hipotesis dua sisi (two-tailed).

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan yang signifikan terhadap produk dan layanan berbasis syariah di Indonesia beberapa tahun terakhir ini membuat pemerintah mencermati hal ini sebagai sebuah momen penting dalam tonggak perekonomian syariah di Indonesia. Kecanggihan pada sistem informasi yang berkembang pesat pada saat ini dapat merubah sikap sebagian orang hanya dengan menggunakan teknologi internet.

Mobile BSI merupakan fasilitas untuk nasabah bank untuk malaukan aktifitas perbankan secara leluasa. Semenjak pertama kali peluncuran aplikasi ini masih memiliki banyak kekurangan. Namun BSI *Mobile* masih mengoptimalkan penggunaan dan terus berusaha mengembangkan teknologinya, dan memberikan kemudahan kepada nasabah untuk mendapatkan informasi dan transaksi melalui aplikasi BSI *Mobile* dan tetap menjaga privasi dan keamanan data pengguna *Mobile Banking*.

Pada penelitian ini menggunakan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) sebagai dasar utama pengambilan variabel pada penelitian ini yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam

menggunakan BSI *Mobile* melalui sikap dari pengguna, variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat dengan sikap sebagai variabel intervening.

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah nasabah pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan, dengan jumlah sampel 100 responden. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan data pada penelitian ini dengan cara menyebar kuisioner dengan *skala likert* 1-5.

Data yang sudah dihasilkan diolah menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan analisis *outer* model atau model pengukuran, *inner* model atau model structural, dan pengujian hipotesis *path coefficients* secara langsung dan tidak langsung.

2. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini peneliti menyebar sebanyak 100 kuisioner pada pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan. Berdasarkan data yang terkumpul akan diidentifikasi berdasarkan jenis kelamin, usia, lama menggunakan BSI *Mobile*. Identifikasi ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui gambaran umum responden dalam penelitian ini. Berikut ini data responden yang ikut dalam penelitian ini.

- a. Data responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total	100	100%

(Sumber: Data Primer, diolah 2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu 66 orang dengan presentase sebesar 66%, sedangkan laki-laki hanya 34 orang dengan presentase sebanyak 34%.

- b. Data responden berdasarkan usia

Tabel 4.2

Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Presentase
<20 tahun	16	16%
21- 25 tahun	42	42%
26- 30 tahun	29	29%
>30 tahun	13	13%

(Sumber: Data Primer, diolah 2025)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa usia responden terbanyak dalam penelitian ini berkisar dari 21 tahun sampai 25 tahun, yaitu sebanyak 42 responden dengan presentase sebesar 42%. Sedangkan usia responden kedua berkisar 26 tahun sampai 30 tahun sebanyak 29 responden dengan presentase sebesar

42%. Kemudian responden dengan usia kurang dari 20 tahun sebesar 16 responden dengan presentase sebesar 16%. Untuk responden terkecil dengan usia lebih dari 30 tahun sebesar 13 responden dengan presentase sebesar 13%.

- c. Data responden berdasarkan lama menggunakan BSI *Mobile*

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Lama Menggunakan BSI *Mobile*

Jangka waktu penggunaan	Jumlah Responden	Presentase
<1 tahun	59	59%
>1 tahun	41	41%

(Sumber: Data Primer, diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat lama penggunaan BSI *Mobile* selama kurang dari satu tahun sebanyak 59 responden dengan presentase 59%, dan responden yang menggunakan BSI *Mobile* lebih dari satu tahun sebanyak 41 responden dengan presentase sebanyak 41%.

- d. Data responden berdasarkan pendapatan per bulan

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Responden	Presentase
< Rp 1.000.000	21	21%
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	41	41%
>Rp 3.000.000	28	28%

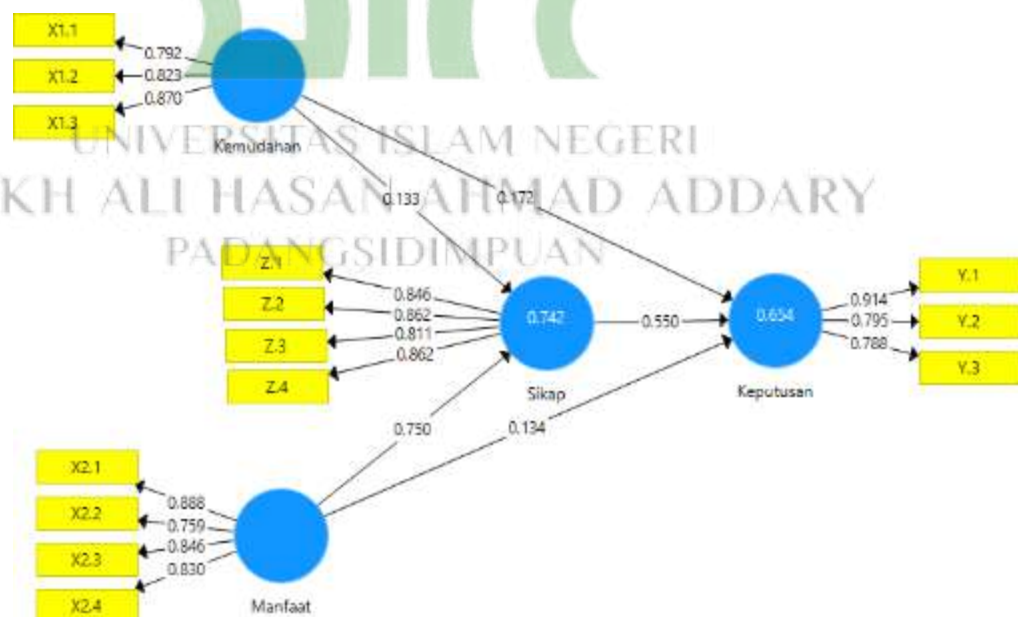
(Sumber: Data Primer, diolah 2025)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat dilihat pendapatan pengguna BSI *Mobile* selama satu bulan sebanyak. Pendapatan didominasi dengan kisaran Rp 1.000.000 sampai Rp 3.000.000 dengan 41 responden sehingga presentase 41%, pendapatan responden yang menggunakan BSI *Mobile* selama satu bulan sebesar kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 21 responden dengan presentase 21%, dan pendapatan lebih dari Rp 1.000.000 sebanyak 28 responden dengan presentase sebesar 28%.

B. Hasil Analisis Data

1. Pengujian Instrumen Penelitian *Outer model*

Analisa *outer model* digunakan untuk menguji pengukuran yang layak digunakan untuk dijadikan pengukuran yang valid. Adapun *outer model* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Penjabaran Uji *outer model* pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. *Convergent Validity*

Pengujian validitas ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang diukur. Pengujian validitas ini untuk menjamin bahwa instrument yang digunakan telah sesuai dengan konsep untuk mengukur variabel. Uji *convergent validity* dapat dikatakan valid apabila nilai *loading factor* lebih dari 0,70. Hasil uji *convergent validity* dari penelitian ini yaitu:

1) Persepsi Kemudahan

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *convergent validity* pada variabel persepsi kemudahan (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji *Convergent Validity* Persepsi Kemudahan

Indikator Variabel	Presepsi Kemudahan
X1.1	0,792
X1.2	0,823
X1.3	0,870

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.5 menunjukkan indikator pernyataan variabel persepsi kemudahan telah memenuhi *convergen validity* diatas 0,70 sehingga semua item variabel persepsi kemudahan sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

2) Persepsi Manfaat

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *convergent validity* pada variabel persepsi manfaat (X2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji *Convergent Validity* Persepsi Manfaat

Indikator Variabel	Presepsi Manfaat
X1.1	0,888
X1.2	0,759
X1.3	0,846
X1.4	0,830

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.6 menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan variabel persepsi manfaat telah memenuhi *convergent validity* diatas 0,70 sehingga semua item variabel persepsi manfaat sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

3) Keputusan

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *convergent validity* pada variabel keputusan (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji *Convergent Validity* Keputusan

Indikator Variabel	Keputusan
Y.1	0,914
Y.2	0,795
Y.3	0,788

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan variabel keputusan telah memenuhi *convergent validity* diatas 0,70 sehingga semua item variabel keputusan sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan

4) Sikap

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *convergent validity* pada sikap (Z) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji *Convergent Validity* Sikap

Indikator Variabel	Sikap
Z.1	0,849
Z.2	0,862
Z.3	0,811
Z.4	0,862

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.8 menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan variabel sikap telah memenuhi *convergent validity* diatas 0,70 sehingga semua item variabel sikap sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity menunjukkan tingkatan yang ditunjukkan oleh hasil penelitian yang empiris. Uji *discriminant validity* dapat dikatakan valid apabila nilai *cross loading* lebih dari 0,70. Hasil uji *discriminant validity* dari penelitian ini yaitu

1) Persepsi Kemudahan

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *discriminant validity* pada variabel persepsi kemudahan (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji *Diskriminant Validity* Persepsi Kemudahan

Indikator Variabel	Presepsi Kemudahan
X1.1	0,792
X1.2	0,823
X1.3	0,870

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan variabel persepsi kemudahan telah memenuhi *discriminant validity* diatas 0,70 sehingga semua item variabel persepsi kemudahan sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan

2) Persepsi Manfaat

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil *discriminant validity* pada variabel persepsi manfaat (X2) adalah

sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji *Diskriminant Validity* Persepsi Manfaat

Indikator Variabel	Presepsi Manfaat
X1.1	0,888
X1.2	0,759
X1.3	0,846
X1.4	0,830

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua indikator pernyataan variabel persepsi manfaat telah memenuhi discriminant validity diatas 0,70 sehingga semua item variabel persepsi manfaat sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan

3) Keputusan

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil

discriminant validity pada variabel keputusan (Y) adalah sebagai berikut:

UNIVERSITAS PADJARAN
SYEKH AL-HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN

Tabel 4.11

Hasil Uji *Diskriminant Validity* Keputusan

Indikator Variabel	Keputusan
Y.1	0,914
Y.2	0,795
Y.3	0,788

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.11 menunjukkan bahwa Dari semua indikator pertanyaan variabel keputusan telah memenuhi discriminant validity diatas 0,70 sehingga semua item variabel keputusan sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan.

4) Sikap

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, maka hasil discriminant validity pada variabel Sikap (Z) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji Diskriminant Validity Sikap

Indikator Variabel	Sikap
Z.1	0,849
Z.2	0,862
Z.3	0,811
Z.4	0,862

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.12 menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan variabel sikap telah memenuhi discriminant validity diatas 0,70 sehingga semua item variabel sikap sudah memenuhi kriteria validitas yang telah ditentukan

c. *Composite Reability*

Composite Reability digunakan untuk mengukur reabilitas suatu instrument dalam penelitian untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrument dalam mengukur konstruk. *Composite Reability* dapat dikatakan valid apabila lebih dari 0,70. Hasil uji

Composite Reliability dari penelitian ini yaitu

Tabel 4.13
Hasil Uji *Composite Reliability*

Indikator Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability
Persepsi Kemudahan	0,773	0,783	0,869
Keputusan	0,780	0,802	0,872
Persepsi Manfaat	0,850	0,859	0,900
Sikap	0,867	0,869	0,909

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *Composite Reliability* pada masing-masing variabel lebih dari 0,70 sehingga semua item variabel sudah memenuhi kriteria reabilitas yang telah ditentukan

d. *Average Variance Extracted (AVE)*

Pengukuran ini digunakan untuk mengukur reabilitas *component score* variabel. Nilai AVE dapat dikatakan valid apabila lebih dari 0,5.

Hasil uji *Average Variance Extracted (AVE)* dari penelitian ini yaitu:

Tabel 4.14
Hasil Uji *Average Variance Extracted (AVE)*

Indikator Variabel	Cronbach's Alpha	Rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extraced (AVE)
Persepsi Kemudahan	0,773	0,783	0,869	0,687
Keputusan	0,780	0,802	0,872	0,696
Persepsi Manfaat	0,850	0,859	0,900	0,692
Sikap	0,867	0,869	0,909	0,715

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada masing-masing indikator lebih dari 0,5 sehingga semua item variabel sudah memenuhi kriteria reabilitas yang telah ditentukan

2. Pengujian Instrumen Penelitian *inner model*

a. *R Square*

Perubahan nilai *R square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel independent tertentu terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substansif. Apabila nilai *R square* 0,75 (kuat), 0,50 (moderate), dan 0,25 (lemah).

Tabel 4.15
Hasil Uji *R Square*

Indikator Variabel	R Square	R Square Adjusted
Keputusan	0,654	0,643
Sikap	0,742	0,737

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.15 menunjukkan nilai *R Square Adjusted* untuk variabel keputusan sebesar 64,3% yang berarti model cukup baik sedangkan sisanya sebesar 35,7% dijelaskan variabel lain diluar yang diteliti. Nilai *R Square Adjusted* untuk variabel sikap sebesar 73,7% berarti model sangat baik sedangkan sisanya sebesar 26,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti. Nilai *R Square Adjusted* variabel keputusan dan sikap cukup baik karena variabel keputusan dan sikap dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kemudahan dan persepsi

manfaat.

3. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji *path coefficient* pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung. Untuk menilai signifikan pada *path coefficient* dapat dilihat melalui *critical ratio* yang diperoleh dari *bootstrapping*. Uji *path coefficient* dapat diterima apabila nilai P Value kurang dari 0,05. Uji *path coefficient* pada penelitian ini yaitu:

Tabel 4.16
Hasil Uji *Path Coefficient* Pengaruh Tidak Langsung

Indikator Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Persepsi Kemudahan-> Sikap-> Keputusan	0,073	0,080	0,066	1,099	0,274
Persepsi Manfaat-> Sikap-> Keputusan	0,413	0,414	0,102	4,046	0,000

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.16 uji *path coefficient* pengaruh secara tidak langsung dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan melalui sikap.

Hasil dari uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui sikap menunjukkan bahwa nilai P *value* 0,274 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H1 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan

melalui sikap.

2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan melalui sikap.

Hasil dari uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui sikap menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H2 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui sikap.

Tabel 4.17
Hasil Uji *Path Coefficient* Pengaruh Secara Langsung

Indikator Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kemudahan-> Keputusan	0,172	0,167	0,115	1,491	0,139
Kemudahan-> Sikap	0,133	0,141	0,112	1,184	0,239
Manfaat-> Keputusan	0,134	0,122	0,153	0,873	0,385
Manfaat-> Sikap	0,750	0,745	0,097	7,689	0,000
Sikap-> Keputusan	0,550	0,557	0,120	4,594	0,000

(Sumber: Data Diolah SmartPLS, 2025)

Hasil tabel 4.17 uji *path coefficient* pengaruh secara langsung dapat dijelaskan bahwa:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan

Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,139 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H3 ditolak. Sehingga

dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan.

2. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap

Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi kemudahan terhadap sikap menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,239 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap sikap.

3. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan

Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,385 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H4 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan.

4. Pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap

Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi manfaat terhadap sikap menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap sikap.

5. Pengaruh sikap terhadap keputusan

Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh sikap terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,000 lebih kecil dari 0,05

C. Pembahasan Hasil Analisis Data

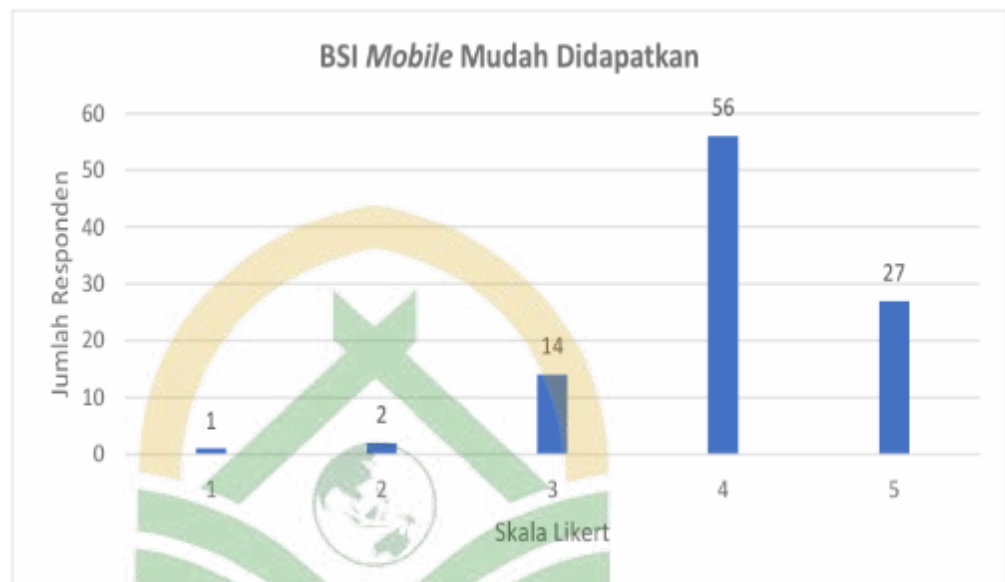
Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap sebagai variabel intervening. Berikut adalah pembahasan mengenai pengaruh variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* dengan sikap sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil dari uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui sikap menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,274 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H1 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan (X1) terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap pada masyarakat di Sibuhuan pengguna aplikasi BSI *Mobile*.

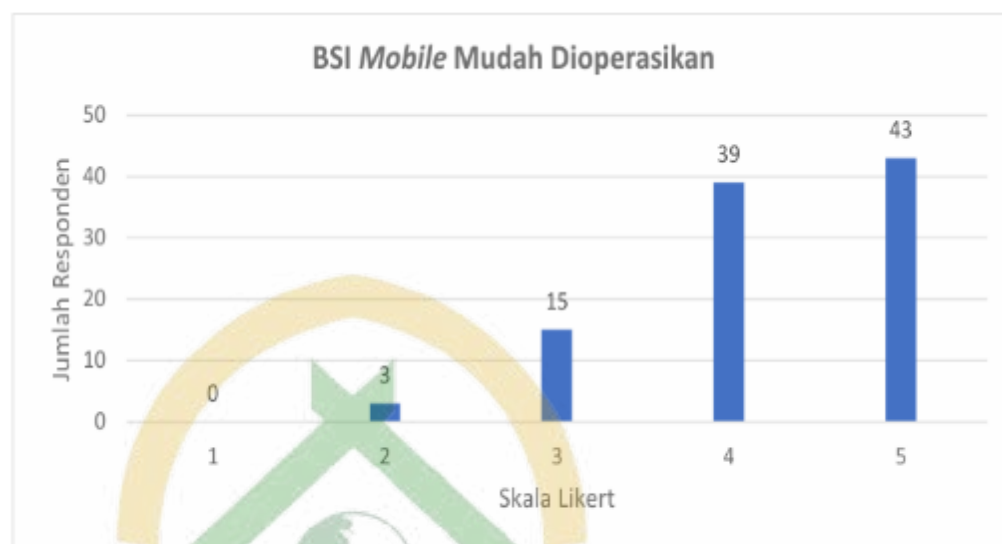
Tidak terdapat hubungan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan melalui sikap. Hal ini tidak sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan mengenai niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) yang merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuat lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaan

Gambar 4.1
Hasil Uji Kuisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan kedua menyatakan bahwa variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap diperoleh presentase 1% sangat tidak setuju, 2% tidak setuju dan 14% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan kemudahan dalam mendapatkan BSI *Mobile*. Masyarakat sibuan lebih merasa mudah dengan langsung datang ke cabang Bsi dekitar. Hal ini dikarenakan seringnya terjadi gangguan pada aolikasi BSI mobile yang mengakibatkan harus pergi ke cabang BSI terdekat.

Gambar 4.2
Hasil Uji Kuisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan ketiga menyatakan bahwa variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* melalui sikap diperoleh presentase 3% tidak setuju dan 15% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna *BSI Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan kemudahan dalam mengoperasikan penggunaan *BSI Mobile*.

Persepsi kemudahan tidak dapat mempengaruhi sikap dan keputusan masyarakat Sibuhuan dalam menggunakan *BSI Mobile*. Kemudahan yang didapatkan pada *BSI Mobile* yang meliputi *BSI Mobile* mudah untuk dipelajari, *BSI Mobile* mudah untuk didapatkan, dan *BSI Mobile* mudah untuk dioperasikan tidak dapat mempengaruhi keputusan masyarakat Sibuhuan melalui sikap dalam menggunakan *BSI Mobile*.

Hal ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan yang sudah diberikan oleh BSI *Mobile* tidak dapat mendorong masyarakat dalam memberikan keputusan untuk menggunakan aplikasi BSI *Mobile* dengan tidak menunjukkan sikap senang, menikmati, dan puas dalam penggunaan aplikasi BSI *Mobile*. Alasan yang diberikan oleh nasabah karena masih terdapat kesulitan pada saat login aplikasi dan masih sering eror saat akan digunakan transaksi sehingga membuat masyarakat merasa jengkel dan kesal ketika dalam keadaan darurat. Sangat diperlukan meningkatkan kemudahan dalam melaksanakan sistem operasional agar nasabah lebih dapat mempercayakan dan tertarik menggunakan BSI *Mobile*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Afandi et al., 2021) bahwa bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap niat penggunaan dengan sikap sebagai variabel intervening.

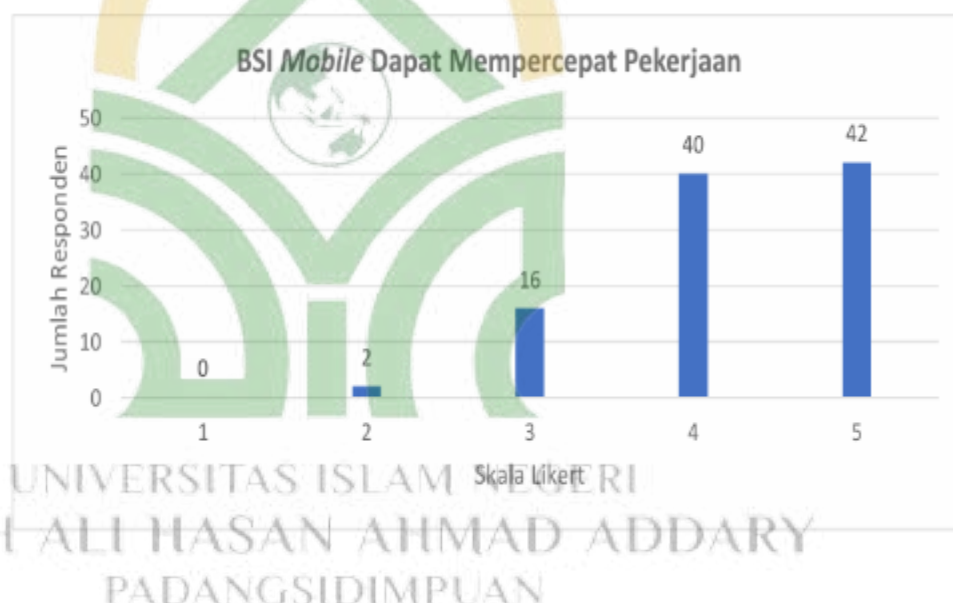
2. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* dengan sikap sebagai variabel intervening.

Berdasarkan hasil dari uji *path coefficient* secara tidak langsung pengaruh persepsi manfaat (X2) terhadap keputusan penggunaan melalui sikap menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H2 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* dengan sikap sebagai variabel intervening pada masyarakat di Sibuhuan

Terdapat hubungan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan melalui sikap. Hal ini sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan mengenai niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) yang merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya.

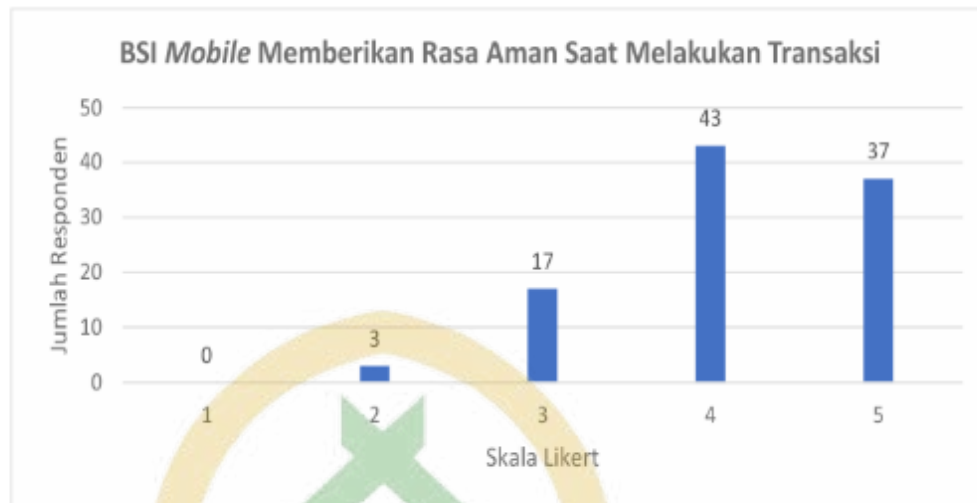
Gambar 4.3

Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisisioner dari responden pada pernyataan ketiga menyatakan bahwa variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap diperoleh presentase 40% setuju dan 42% sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan merasakan manfaat dalam penggunaan BSI *Mobile* karena dapat mempercepat saat melakukan transaksi

Gambar 4.4
Hasil Uji Kuisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan keempat menyatakan bahwa variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* melalui sikap diperoleh presentase 43% setuju dan 37% sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan merasakan manfaat dalam penggunaan BSI *Mobile* karena mereka merasa aman saat melakukan transaksi dengan BSI *Mobile*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa sikap bisa dijadikan sebagai perantara antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* pada di Sibuhuan. Jika semakin merasa senang dan puas dalam penggunaan aplikasi BSI *Mobile*, maka nasabah akan mantap dalam menggunakan BSI *Mobile* sesuai kebutuhan dan merekomendasikan ke orang lain

Nasabah merasakan bahwa BSI *Mobile* dapat memberikan rasa aman dalam bertransaksi dan dapat mempercepat pekerjaan agar lebih efisien yang membuat masyarakat merasa puas, senang dan menikmati sistem yang diberikan sehingga akan yakin dan terus menggunakan BSI *Mobile* dalam bertransaksi, banyak juga yang akan merekomendasikan ke orang-orang terdekatnya.

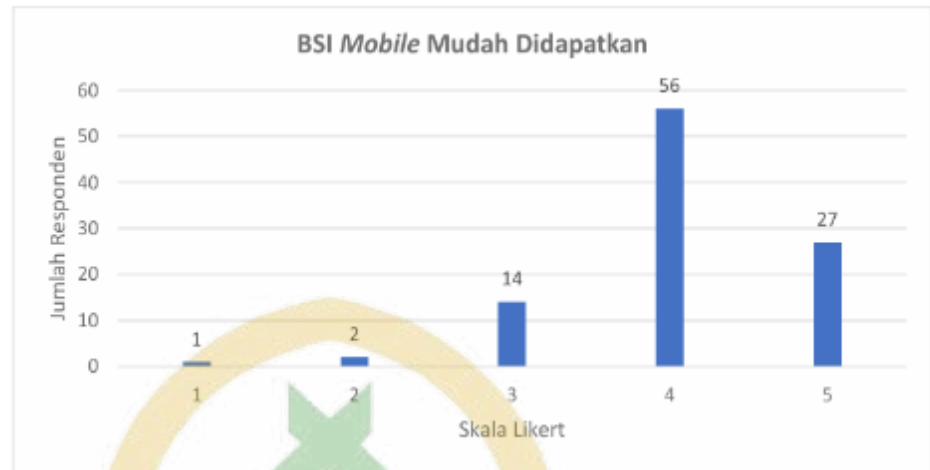
Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rismalia & Sugiyanto, 2022) bahwa persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan dengan sikap sebagai variabel intervening.

3. Pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan

Berdasarkan hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi kemudahan terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,139 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H3 ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan.

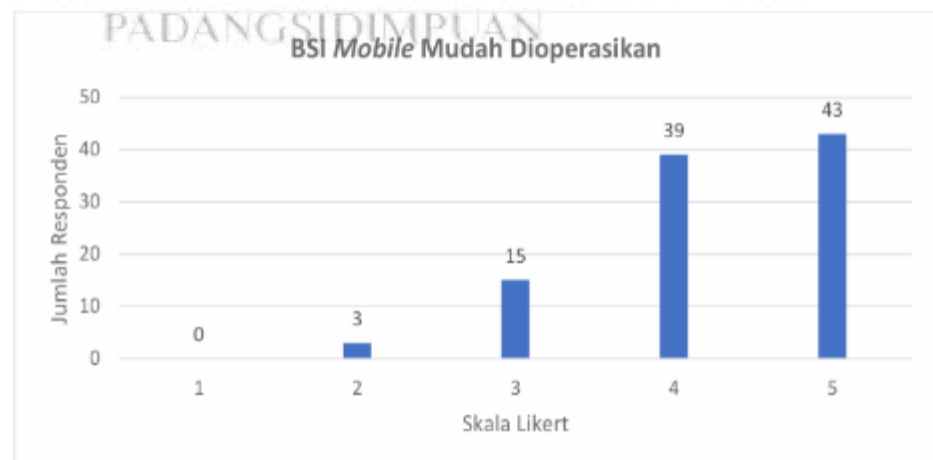
Tidak terdapat hubungan antara persepsi kemudahan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini tidak sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan mengenai keputusan seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh *perceived ease of use* (persepsi kemudahan) yang merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi membuat lebih mudah dalam menyelesaikan pekerjaan

Gambar 4.5
Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisisioner dari responden pada pernyataan kedua menyatakan bahwa variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* melalui sikap diperoleh presentase 1% sangat tidak setuju, 2% tidak setuju dan 14% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna *BSI Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan kemudahan dalam mendapatkan *BSI Mobile*

Gambar 4.6
Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan ketiga menyatakan bahwa variabel kemudahan terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* diperoleh presentase 3% tidak setuju dan 15% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan kemudahan dalam mengoperasikan penggunaan BSI *Mobile*.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa banyak atau sedikitnya kemudahan yang diberikan oleh BSI *Mobile* tidak dapat mempengaruhi keputusan setiap nasabah dalam menggunakan BSI *Mobile*. Hal ini dikarenakan belum banyak nasabah yang merasakan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh aplikasi BSI *Mobile* tersebut. Nasabah memberikan alasan karena BSI *Mobile* masih sering eror pada saat digunakan dan butuh waktu lama pada saat login aplikasi hal ini yang mendasari bahwa kemudahan yang diberikan oleh BSI *Mobile* masih belum memberikan keyakinan pada nasabah.

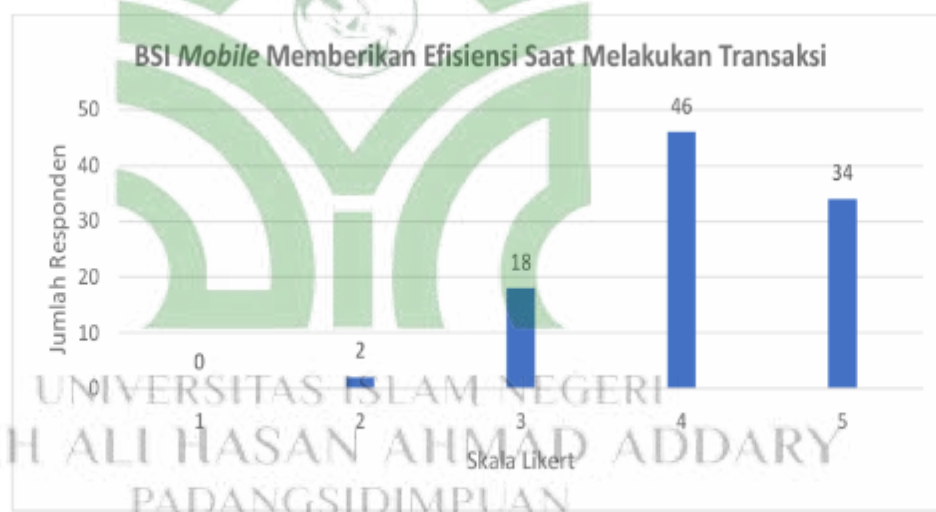
Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2021) bahwa tidak terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan dengan keputusan penggunaan.

4. Pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan

Berdasarkan hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh persepsi manfaat terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai *P value* 0,385 lebih besar dari 0,05, dengan ini maka H4 ditolak. Sehingga dapat

dinyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* di Sibuhuan. Tidak terdapat hubungan antara persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan. Hal ini tidak sesuai dengan teori TAM yang menjelaskan mengenai niat seseorang untuk menggunakan suatu sistem teknologi dipengaruhi oleh *perceived usefulness* (persepsi manfaat) yang merupakan tingkat kepercayaan individu bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan kinerjanya

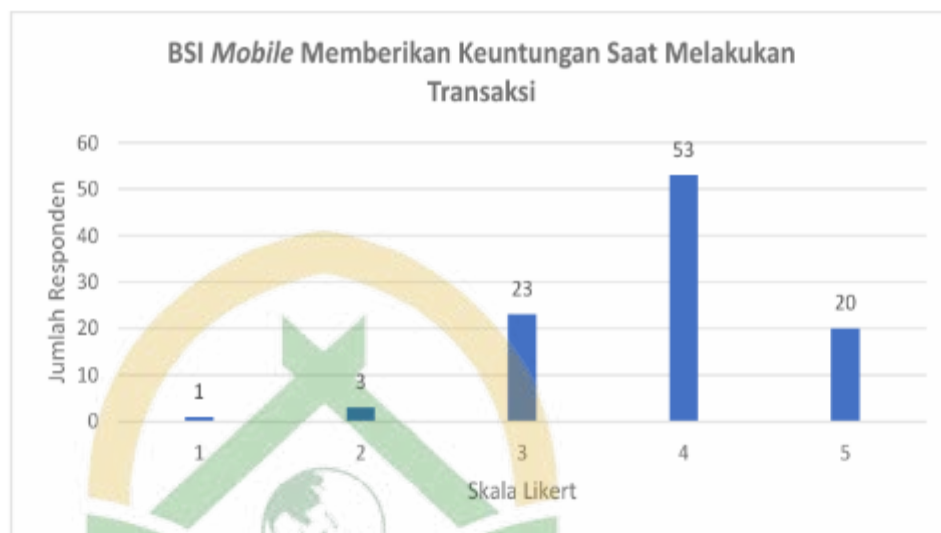
Gambar 4.7
Hasil Uji Kuisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan pertama menyatakan bahwa variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* diperoleh presentase 2% tidak setuju dan 18% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan manfaat dalam penggunaan BSI *Mobile* karena mereka merasa dalam penggunaan BSI *Mobile* tidak dapat mempengaruhi

peningkatan kinerja pada saat mereka melakukan transaksi

Gambar 4.8
Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisisioner dari responden pada pernyataan kedua menyatakan bahwa variabel manfaat terhadap keputusan penggunaan *BSI Mobile* diperoleh presentase 1% sangat tidak setuju, 3% tidak setuju dan 23% netral. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna *BSI Mobile* di Sibuhuan tidak merasakan manfaat dalam penggunaan *BSI Mobile* karena mereka merasa dalam penggunaan *BSI Mobile* tidak dapat memberikan keuntungan saat melakukan transaksi.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa banyak atau sedikitnya manfaat yang diberikan oleh *BSI Mobile* tidak dapat mempengaruhi keputusan setiap nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile*. Hal ini dikarenakan nasabah menganggap *BSI Mobile* belum memberikan keuntungan yang dapat meringankan pekerjaan dan memberikan rasa aman

kepada penggunanya seperti masih banyak penipuan yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

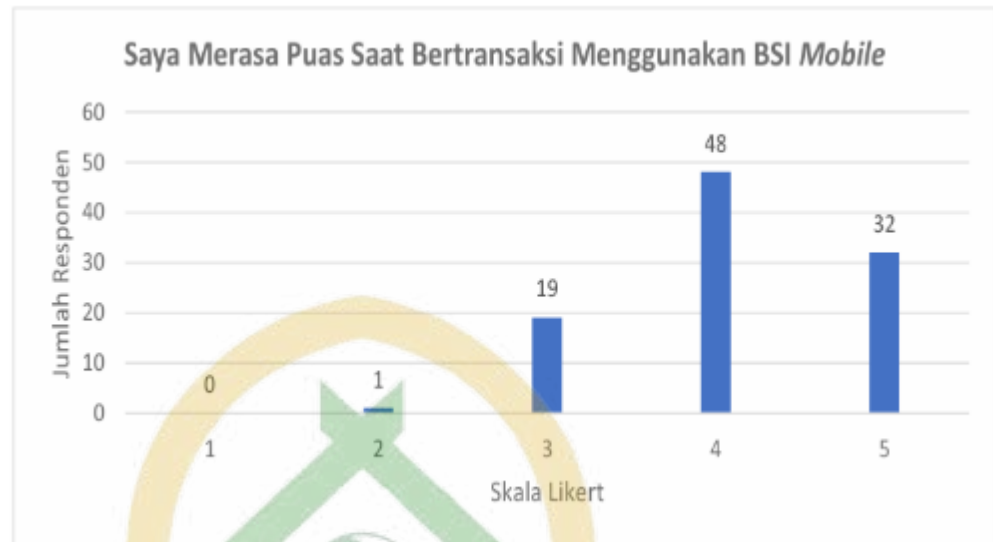
Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidajat & Setiawan, 2022) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan karena nasabah tidak akan menggunakan teknologi jika tidak memberikan keuntungan dan rasa aman.

5. Pengaruh sikap terhadap keputusan penggunaan

Berdasarkan Hasil dari uji *path coefficient* secara langsung pengaruh sikap terhadap keputusan menunjukkan bahwa nilai P value 0,000 lebih kecil dari 0,05, dengan ini maka H5 diterima. Sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara sikap terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* di Sibuhuan.

Sikap terhadap penggunaan teknologi sebagai evaluasi dari pemakai tentang ketertarikannya dalam menggunakan teknologi. Ketika nasabah mencoba sesuatu yang dianggap baru maka nasabah akan merespon kelebihan dan kekurangan melalui sikap penggunanya dan akan menghasilkan bentuk penerimaan atau penolakan

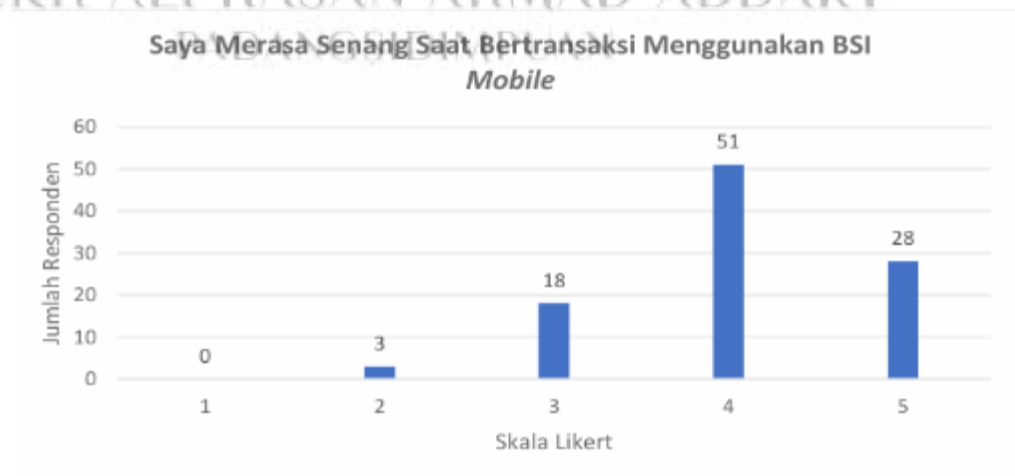
Gambar 4.9
Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisisioner dari responden pada pernyataan pertama menyatakan bahwa variabel sikap terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* diperoleh presentase 48% setuju dan 32% sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan merasakan puas dalam penggunaan BSI *Mobile*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

Hasil Uji Kuisisioner Pernyataan Responden



Dari tabel tersebut dinyatakan hasil uji kuisioner dari responden pada pernyataan ketiga menyatakan bahwa variabel sikap terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* diperoleh presentase 51% setuju dan 28% sangat setuju. Jadi dapat disimpulkan bahwa banyak pengguna BSI *Mobile* di Sibuhuan merasakan senang dalam penggunaan BSI *Mobile*.

Sikap penggunaan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan BSI *Mobile* di Sibuhuan. Pengguna merasa senang dan puas maka akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya secara terus menerus dan akan merekomendasikan kepada orang lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sudarti, 2018) yang menyatakan bahwa keputusan penggunaan *Mobile banking* merupakan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi sikap nasabah dalam menggunakan *Mobile banking*

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile pada nasabah di Sibuhuan dengan sikap sebagai variabel intervenin, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna BSI Mobile masih mengalami kesulitan pada saat login aplikasi dan masih sering eror saat akan digunakan transaksi sehingga membuat masyarakat merasa jengkel dan kesal ketika dalam keadaan darurat.
2. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan pengguna BSI Mobile masyarakat kelas bawah melalui sikap. Hal ini menunjukkan bahwa pada masyarakat di Sibuhuan menunjukkan bahwa pengguna merasakan bahwa BSI Mobile dapat memberikan rasa aman dalam bertransaksi dan dapat mempercepat pekerjaan agar lebih efisien yang membuat masyarakat menikmati sehingga akan yakin dan terus menggunakan BSI Mobile dalam bertransaksi.
3. Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah. Hal ini menunjukkan bahwa belum

banyak nasabah yang merasakan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh aplikasi BSI Mobile tersebut. Nasabah memberikan alasan karena BSI Mobile masih sering eror pada saat digunakan dan butuh waktu lama pada saat login aplikasi.

4. Persepsi manfaat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah. Hal ini menunjukkan pengguna menganggap BSI Mobile belum memberikan keuntungan yang dapat meringankan pekerjaan dan memberikan rasa aman kepada penggunanya seperti masih banyak penipuan yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.
5. Sikap berpengaruh terhadap keputusan penggunaan BSI Mobile masyarakat kelas bawah. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa senang dan puas maka akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk menggunakannya secara terus menerus dan akan merekomendasikan kepada orang lain

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diupayakan untuk dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah yang benar, namun masih memiliki keterbatasan antara lain:

1. Pengambilan sampel dalam penelitian ini hanya menggunakan 100 responden tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

2. Penelitian ini hanya menggunakan dua variabel, tentunya masih kurang karena masih ada faktor- faktor lain yang dapat digunakan untuk mendapatkan informasi lebih banyak lagi

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada Bank Syariah Indonesia yang telah menjadi bank Syariah terbesar di Indonesia untuk terus memberikan kemudahan dan manfaat kepada pengguna agar merasa senang dan puas dalam menggunakan BSI Mobile dan akan digunakan secara terus menerus dalam jangka panjang serta merekomendasikan kepada orang lain.
2. Kepada peneliti yang akan melakukan penelitian terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile di masa yang akan datang, perlu memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan BSI Mobile, meningkatkan variabel lain, dan menambah responden untuk berpartisipasi dalam penelitian
3. Bagi nasabah pengguna BSI Mobile harus tetap berhati-hati Ketika melakukan transaksi, karena tidak semua menjadi tanggung jawab pihak bank.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, Ellisa Nur, Mira Rahmi, and Lili Puspita Sari, 'Students Perceptions of Service Quality and Promotion of Interest in Using Wadiah Contract in Islamic Banks', *Journal of Islamic Economics and Social Science (JIESS)*, 2.2 (2021), 87 <<https://doi.org/10.22441/jiess.2021.v2i2.003>>
- Aysa, imma Rokhmatul, 'Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress', *Jurnal At-Tamwil Kajian Ekonomi Syariah*, 3.2 (2021), 140–53
- Faha, Yunita Maulidiyah, Masruchin Masruchin, and Fitri Nur Latifah, 'The Influence of Religiosity and Customer Perception on Interest in Savings', *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5.1 (2022), 153–66 <<https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1803>>
- Fandi, 'Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya', *Jurnal Ekonomi Islam*, 2.3 (2019), 110–17
- Hayyinun, Wafa, 'Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Di Bank Syariah Mandiri Yogyakarta', *Skripsi*, 2020, 1–137 <<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/28480>>
- Hendro, Omar, Diah Isnaini Asiati, and Dwi Puspita Sari, 'Pengaruh Promosi, Terhadap Keputusan Penggunaan Layanan Digital Dimediasi Oleh Pengetahuan Konsumen Dan Kepercayaan Konsumen Di Bank Sumsel Babel Cabang Prabumulih', *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 5.2 (2020), 73–98 <<https://doi.org/10.36908/isbank.v5i2.117>>
- Husna, Farida Fadlliatul, and Muhamad Mustaqim, 'Pemanfaatan Electronic Banking Bagi Anggota Di KSPPS BMT Bina Ummat Sejahtera Cabang Tayu', *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 4.2 (2020), 148 <<https://doi.org/10.21043/malia.v4i2.8496>>
- Iffah, Lailatul, 'Persepsi Nasabah Terhadap Tingkat Kualitas Pelayanan Bank Syariah Cabang Malang', *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3.1 (2018), 79 <<https://doi.org/10.22219/jes.v3i1.5836>>
- Ilham, 'Prilaku Masyarakat Melakukan Pinjaman Kepada Rentenir Ditinjau Dalam Persepektif Sosial Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Di Kelurahan Tanjung Unggat Kota Tanjungpinang)', *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2.1 (2019), 42–53

- Iriani, 'Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.', *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2.2 (2022)
- Ismail, Harries Arizonia, and Tri Purwani, 'Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking', *Indicators : Journal of Economic and Business*, 3.2 (2021), 151–57 <<https://doi.org/10.47729/indicators.v3i2.99>>
- Kurniawati, Hanif Astika, Alfi Arif, and Wahyu Agus Winarno, 'Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi', *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4.1 (2017), 24 <<https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>>
- Laras, 'BSI Mobile Catat 140 Juta Transaksi per Mei 2023, Milenial Mendominasi', *Https://Finansial.Bisnis.Com/*, 2022, pp. 1–2 <<https://finansial.bisnis.com/read/20230815/90/1685222/bsi-mobile-catat-140-juta-transaksi-per-mei-2023-milenial-mendominasi>> [accessed 20 October 2023]
- Lukytha, Gusti Acfira, Mursalim, and H. Amiruddin., 'Pengaruh Persepsi Nasabah Terhadap Keputusan Pengambilan Pembiayaan Murabahah Pada Bank Sulselbar Cabang Syariah Makassar', *Jurnal Mirai Management*, Vol. 6.1 (2020), 2597–4084
- Marisa, O, 'Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology', *Jurnal Administrasi Kantor*, 8.2 (2020), 139–52 <<http://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/view/1448%0Ahttp://www.ejournal-binainsani.ac.id/index.php/JAK/article/download/1448/1241>>
- Maulana et al., 'Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap', *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2 (2018), 146–55
- Maulidya, Mey, and Rediyanto Putra, 'The Effect of Perceptions of Profit Sharing, Islamic Financial Literacy, and E-Banking on Customer Interests in Using Bank Syariah Indonesia (BSI) Services Religiosity as a Moderating Variable', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 13.2 (2023), 225 <[https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13\(2\).225-244](https://doi.org/10.21927/jesi.2023.13(2).225-244)>
- Muchlis, Mustakim, 'Persepsi Nasabah Terhadap Bank Syariah Di Indonesia', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, 7.03 (2021), 1793–98
- Noonari, Sanaullah, Javed Akhter Mangi, Maria Pathan, Akbar Khan Khajjak, Zarmina Memon, Riaz Hhussain Jamali, and others, 'Knowledge and Perception of Students Regarding Islamic Banking: A Case Study of

Hyderabad Sindh Pakistan Net External Liabilities and Economic Growth : A Case Study Of', *Information and Knowledge Management*, 5. SEPTEMBER (2015), 86–100 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.1.3030.4485>>

Nursiah, Nursiah, Muh. Ferils, and Jamaludin Kamarudin, 'Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking', *Akuntabel*, 19.1 (2022), 91–100 <<https://doi.org/10.30872/jakt.v19i1.10711>>

PEREKONOMIAN, KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG, and REPUBLIK INDONESIA, 'Kemajuan IPTEK Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Dan Inovasi', *Https://Www.Ekon.Go.Id/*, 2021, p. 1 <<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3150/kemajuan-iptek-untuk-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-dan-inovasi>> [accessed 10 October 2023]

Rithmaya, Chitra Laksmi, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Sikap, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Bca Dalam Menggunakan Ininternet Banking', *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16.1 (2016), 160 <<https://doi.org/10.17970/jrem.16.160110.id>>

Salsabila, Thalia Lufna, and Sylvia Rozza, 'Pengaruh Promosi Media Digital Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Syariah', *Prosiding SNAM PNJ*, 3 (2022), 1–15

Salsabilah, T D, and M I Fasa, 'Strategi Pemasaran Pada Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen* ..., 1.3 (2022) <<https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/view/26%0Ahttps://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/download/26/22>>

Shabri, 'Transformasi Digital Industri Perbankan Syariah Indonesia', *El-Kahfi| Journal of Islamic Economics*, 3.02 (2022), 1–7

Tartila, Muzayyana, 'Strategi Industri Perbankan Syariah Dalam Menghadapi Era Digital', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8.03 (2022), 3310–16

Ternos, Empresa, Junior S R Ltda, and Horizonte Empresarial Vol, 'Persepsi Nasabah Generasi Z Pasca Pengumuman Merger Bank Syariah', 2.2 (2014), 13–28

Wardani, Deni, 'Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking', *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>>