

**PENGARUH TEKNOLOGI *E-COMMERCE* DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BSI**



SKRIPSI

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

Oleh :

ANNISA ALAWIYAH

NIM. 20.401.00137

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2025

**PENGARUH TEKNOLOGI *E-COMMERCE* DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BSI**



SKRIPSI

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

Oleh :

ANNISA ALAWIYAH

NIM. 20.401.00137

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

**PENGARUH TEKNOLOGI *E-COMMERCE* DAN
KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP
PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BSI**



SKRIPSI

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

Oleh :

**ANNISA ALAWIYAH
NIM. 20.401.00137**

PEMBIMBING I

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a smaller, more intricate mark.

**Sry Lestari, M. E. I.
NIP. 198905052019032008**

PEMBIMBING II

A handwritten signature in black ink, featuring a series of connected, somewhat vertical strokes.

**Syarifah Isnaini, M. E.
NIDN. 2012089103**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

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

2025

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Annisa Alawiyah**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, Oktober 2025
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

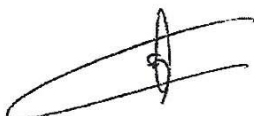
Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Annisa Alawiyah yang berjudul **"Pengaruh Teknologi E-Commerce dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI"**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Seiring dengan hal diatas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.

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

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PEMBIMBING I



Sry Lestari, M. E. I.
NIP. 198905052019032008

PEMBIMBING II



Syarifah Isnaini, M. E.
NIDN. 2012089103

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

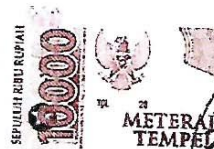
Nama : Annisa Alawiyah
NIM : 20 401 00137
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah Menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Oktober 2025

Saya yang Menyatakan,



856FEANX172983030

Annisa Alawiyah
NIM. 20 401 00137

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

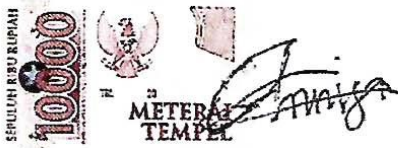
Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Annisa Alawiyah
NIM : 20 401 00137
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Teknologi E-Commerce dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada Tanggal: Oktober 2025
Saya yang Menyatakan,


D0CE1ANX172983029
Annisa Alawiyah
NIM.20 401 00137



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

**DENGAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI**

Nama : Annisa Alawiyah
Nim : 20 401 00137
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking*

Ketua

Sry Lestari, M. E. I
NIDN. 2005058902

Sekretaris

H. Ali Hardana, M. Si
NIDN. 2013018301

Anggota

Sry Lestari, M. E. I
NIDN. 2005058902

H. Ali Hardana, M. Si
NIDN. 2013018301

Ihdi Aini, M. E
NIDN. 2025128903

Risna Hairani Sitompul, M. M
NIDN. 0119038306

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Selasa, 16 Desember 2025
Pukul : 08.00 WIB - 10.00 WIB
Hasil Nilai : Lulus/ 67 (C)
Indeks Predikat Kumulatif : 3.66
Predikat : Pujian



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

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan
Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI
Nama : Annisa Alawiyah
NIM : 20 401 00137
IPK : 3,66
Predikat : Pujian

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

Padangsidimpuan, 08 Januari 2026
Dekan,



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

ABSTRAK

Nama : Annisa Alawiyah
NIM : 20.401.00137
Judul Skripsi : Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI.

Perkembangan teknologi digital, khususnya e-commerce, mendorong sektor perbankan untuk menyediakan layanan berbasis teknologi informasi, salah satunya melalui mobile banking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking Bank Syariah Indonesia (BSI), baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden pengguna mobile banking BSI. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial teknologi e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI, yang dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 8,595 lebih besar dari ttabel sebesar 1,98580 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kemudahan penggunaan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI dengan nilai thitung sebesar 9,353 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI dengan nilai Fhitung sebesar 37,330 lebih besar dari Ftabel sebesar 3,09 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,445 menunjukkan bahwa 44,5% penggunaan mobile banking BSI dipengaruhi oleh teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan penggunaan mobile banking BSI. Oleh karena itu, Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas teknologi dan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kata kunci: Teknologi E-Commerce, Kemudahan Penggunaan, Mobile Banking, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

Name : Annisa Alawiyah
Student IDE (NIM) : 20.401.00137
Title : *The Effect of E-Commerce Technology and Ease of Use on the Use of BSI Mobile Banking*

The development of digital technology, particularly e-commerce, has encouraged the banking sector to provide technology-based services, one of which is mobile banking. This study aims to examine the effect of e-commerce technology and ease of use on the use of Bank Syariah Indonesia (BSI) mobile banking, both partially and simultaneously. This research employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 96 respondents who are users of BSI mobile banking. The data analysis techniques used in this study include multiple linear regression analysis with t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results of the study indicate that partially, e-commerce technology has a positive and significant effect on the use of BSI mobile banking, as evidenced by a t-value of 8.595 which is greater than the t-table value of 1.98580 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Ease of use also has a positive and significant effect on the use of BSI mobile banking, with a t-value of 9.353 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, e-commerce technology and ease of use have a positive and significant effect on the use of BSI mobile banking, as indicated by an F-value of 37.330 which is greater than the F-table value of

3.09 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value of 0.445 indicates that 44.5% of the use of BSI mobile banking is influenced by e-commerce technology and ease of use, while the remaining percentage is influenced by other factors not examined in this study. Based on the results of this study, it can be concluded that e-commerce technology and ease of use are important factors in increasing the use of BSI mobile banking. Therefore, Bank Syariah Indonesia is expected to continuously improve the quality of technology and the ease of use of its mobile banking application in order to enhance customer satisfaction and loyalty.

Keywords: *E-Commerce Technology, Ease of Use, Mobile Banking, Bank Syariah Indonesia.*

الملخص

الاسم: أنيسة العلوية

رقم الطالبية: (NIM) ٠٠١٣٧,٤٠١,٢٠

أثر تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وسهولة الاستخدام على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف:
العنوان المحمول في بنك الشريعة الإندونيسي

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وسهولة الاستخدام على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في بنك الشريعة الإندونيسي، وذلك في ظل التطور المتسارع للتكنولوجيا الرقمية. استخدمت الدراسة المنهج الكمي بأسلوب المسح، حيث تم جمع البيانات من خلال استبيانات وُزعت على عدد ستة وتسعين (٩٦) مستجيباً من مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في بنك الشريعة الإندونيسي، وتم تحليل (R^2) ، ومعامل التحديد (F) ، واختبار t البيانات باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار t وأظهرت نتائج الدراسة أن تكنولوجيا التجارة الإلكترونية تؤثر تأثيراً إيجابياً ودالاً إحصائياً على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، حيث بلغت قيمة t المحسوبة $٨(٠)٥٩٥$ وهي أكبر من قيمة t الجدولية $١(٠)٩٨٥٨٠$ عند مستوى دلالة $٠(٠)٥٠٥$ ، كما أن سهولة الاستخدام لها تأثير إيجابي ودال إحصائياً بقيمة t بلغت $٩(٠)٣٥٣$ كما بينت النتائج أن تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وسهولة الاستخدام تؤثران تأثيراً إيجابياً ودالاً إحصائياً بشكل متزامن، حيث بلغت قيمة t المحسوبة $٣٣٠(٠)٣٧$ وهي أكبر من قيمة t الجدولية $٣(٠)٠٩$ ، وبلغ معامل قيمة $٤٤٥(٠)٠٠$ ، مما يدل على أن نسبة أربعة وأربعين فاصل خمسة بالمائة (٤٤%) من استخدام (R^2) التحديد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تتأثر بهذين المتغيرين، في حين تتأثر النسبة المتبقية بعوامل أخرى خارج نطاق هذه الدراسة، وبناءً على ذلك خلصت الدراسة إلى أن تكنولوجيا التجارة الإلكترونية وسهولة الاستخدام تُعَدُّ من العوامل المهمة في زيادة استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في بنك الشريعة الإندونيسي

الكلمات: تكنولوجيا التجارة الإلكترونية، سهولة الاستخدام، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، بنك المفتاحية الشريعة الإندونيسي

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi 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.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN

Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Prof. Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan..
3. Ibu Dr. Sarmiana Batubara, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan jajarannya di Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Sry Lestari, M. E. I., sebagai pembimbing I dan Ibu Syarifah Isnaini, M. E., sebagai pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahannya bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala UPT Pusat Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas

bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa saya ucapkan terimakasih kepada kedua orangtua tercinta Ayahanda Alm. Nasaruddin Nasution dan Ibunda Faridah Hanum. Khususnya ucapan ini saya berikan untuk Ibunda tercinta yang telah banyak berkorban, paling berjasa dalam hidup saya yang selalu berdoa tiada hentinya serta memberi dukungan moral ataupun material dan selalu berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa. Meskipun hanya seorang orangtua tunggal, Ibunda selalu memberikan yang terbaik bagi kedua putrinya, memberikan perhatian, kasih sayang dan memastikan agar anak-anaknya kelak memiliki masa depan yang cerah, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada Ayah dan Ibu tercinta serta diberikan balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya. Terimakasih juga saya ucapkan kepada adik tersayang Anita Zahra yang selalu memberikan motivasi dan dukungan, baik secara moral maupun materil, serta kepada uwak saya Sri Bulan, Amd.Keb., Darno SW, dan kakak saya Mila Gusrika, S.Pd. dan suami.
8. Untuk sahabat peneliti dari kecil hingga saat ini Anggi Meli Wardana Lubis.
9. Untuk sahabat-sahabat peneliti semasa perkuliahan Ida Yanti Anggraini Harahap, Desvi Anisa, dan Zein Armila Siregar, S. E., yang telah berjuang bersama-sama dan saling menguatkan serta memberikan dukungan.

10. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah 5 Angkatan 2020 yang telah memberikan *support* dan memberi motivasi kepada peneliti sehingga peneliti lebih semangat untuk meraih gelar sarjana, semoga kita sama-sama sukses dan meraih cita-cita.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini
12. Terakhir, terimakasih kepada diri sendiri yang telah mampu berjuang hingga saat ini, tidak memilih menyerah, selalu percaya kepada diri sendiri dan selalu yakin semuanya dapat dilalui dengan terus berusaha dan sabar meskipun langkah kita sedikit lebih lambat dari orang lain. Terimakasih.

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

Padangsidempuan, November 2025

Peneliti

ANNISA ALAWIYAH

NIM. 20 401 00137

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 di Lambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	sa	s	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha	h	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	ṣad	ṣ	S (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	ẓa	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	ain	ء	Koma terbalik diatas
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 lambing nya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda		Huruf Latin	Nama
		A	A
		I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambing nya 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 vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...َ'َ' ... ى..	fatḥah dan alif atau ya	-	a dan garis atas
ى..َ' ...	Kasrah dan ya	-	i dan garis di bawah
و	ḍommah dan wau	-	u dan garis diatas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fatḥah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

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

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٧١. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

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

F. Hamzah

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

G. Penulisan Kata

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

H. Huruf Kapital

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

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

I. Tajwid

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI

SENDIRI HALAMAN PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK.....i

KATA PENGANTARiv

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATINviii

DAFTAR ISI.....xiii

DAFTAR GAMBAR..... xv

DAFTAR TABEL..... xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Identifikasi Masalah 8

C. Batasan Masalah..... 9

D. Definisi Operasional Variabel..... 9

E. Rumusan Masalah 10

F. Tujuan Penelitian..... 11

G. Manfaat Penelitian..... 11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori..... 13

B. Penelitian Terdahulu 34

C. Kerangka Berfikir..... 41

D. Hipotesis..... 42

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian..... 43

B. Jenis Penelitian..... 43

C. Populasi dan Sampel 43

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data 45

E. Analisis Data	48
------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55
B. Deskriptif Data Penelitian	56
C. Uji Instrumen Penelitian.....	57
D. Uji Asumsi Klasik	60
E. Hasil Pengujian Hipotesis	63
F. Regresi Linear Berganda.....	65
G. Uji Koefisien Determinasi.....	66
H. Hasil Penelitian	67

BAB V HASIL PENELITIAN

A. Kesimpulan.....	77
B. Implikasi Hasil Penelitian	78
C. Saran.....	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Skema Kerangka Berfikir	41
---	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel.....	9
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel III. 1 Skala Likert	46
Tabel III. 2 Kisi-Kisi Angket Variabel Penelitian	47
Tabel IV. 1 Jumlah Responden dan Jenis Kelamin	56
Tabel IV. 2 Jumlah Responden dari Usia	56
Tabel IV. 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1	57
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2	58
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y	59
Tabel IV. 6 Uji Reliabilitas	60
Tabel IV. 7 Uji Normalitas	61
Tabel IV. 8 Uji Multikolinearitas	62
Tabel IV. 9 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel IV. 10 Uji F (Simultan).....	63
Tabel IV. 11 Uji T (Parsial)	64
Tabel IV. 12 Analisis Regresi Berganda	65
Tabel IV. 13 Uji R² (Koefisien Determinasi).....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan *mobile banking* pada masa sekarang bukan lagi sekadar pilihan tambahan dalam layanan perbankan, melainkan telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern. Perubahan pola aktivitas ekonomi, meningkatnya mobilitas masyarakat, serta tuntutan efisiensi waktu menjadikan *mobile banking* sebagai solusi praktis dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Melalui *mobile banking*, masyarakat dapat melakukan transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian produk digital, hingga transaksi keuangan lainnya secara cepat tanpa harus datang ke kantor bank. Kondisi ini menunjukkan bahwa penggunaan *mobile banking* telah bertransformasi dari sekadar inovasi teknologi menjadi kebutuhan nyata dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.¹

Fenomena meningkatnya penggunaan *mobile banking* di Indonesia tidak terjadi secara tiba-tiba. Perkembangan ini didorong oleh perubahan perilaku masyarakat yang semakin mengandalkan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Kemudahan akses terhadap internet dan penggunaan *smartphone* yang semakin masif menjadi faktor pendukung utama meningkatnya penggunaan layanan perbankan berbasis aplikasi. *Mobile banking* memberikan kemudahan, fleksibilitas, dan efisiensi yang tidak dapat

¹ Yuni Nustini, dkk, *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2020), Cet. 1

sepenuhnya diberikan oleh layanan perbankan konvensional. Oleh karena itu, penggunaan *mobile banking* menjadi indikator penting dalam mengukur keberhasilan transformasi digital di sektor perbankan.²

Dalam praktiknya, tingkat penggunaan *mobile banking* di masyarakat tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan layanan tersebut, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal. Salah satu faktor eksternal yang sangat berpengaruh adalah perkembangan teknologi *e-commerce*. *E-commerce* telah mengubah cara masyarakat berbelanja, bertransaksi, dan melakukan pembayaran. Aktivitas belanja online yang terus meningkat mendorong kebutuhan akan sistem pembayaran digital yang cepat, aman, dan terintegrasi dengan layanan perbankan.³ Dalam konteks ini, *mobile banking* berfungsi sebagai alat pembayaran utama yang menjembatani transaksi *e-commerce* dengan sistem perbankan.

E-commerce tidak hanya memfasilitasi transaksi jual beli barang dan jasa secara online, tetapi juga membentuk kebiasaan baru masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan. Masyarakat yang terbiasa melakukan transaksi *e-commerce* cenderung membutuhkan layanan perbankan yang mampu mendukung aktivitas tersebut secara efisien. *Mobile banking* hadir sebagai solusi yang memungkinkan transaksi pembayaran *e-commerce* dilakukan secara *real time*, aman, dan praktis. Dengan demikian, semakin berkembang teknologi *e-commerce*, semakin besar pula kebutuhan masyarakat terhadap

² Mitzy & Rakhmawati, "Implikasi Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2022.

³ Nasution dkk., "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *JESYA*, 2025.

penggunaan *mobile banking*.

Selain faktor eksternal berupa perkembangan *e-commerce*, faktor internal yang berasal dari persepsi pengguna juga memegang peranan penting dalam menentukan tingkat penggunaan *mobile banking*. Salah satu faktor internal yang paling dominan adalah kemudahan penggunaan (*ease of use*). Kemudahan penggunaan merujuk pada sejauh mana suatu sistem dianggap mudah untuk dipahami dan digunakan oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang besar.

Dalam konteks *mobile banking*, kemudahan penggunaan mencakup berbagai aspek, seperti kemudahan mempelajari aplikasi, kejelasan menu dan fitur, tampilan antarmuka yang sederhana, serta kelancaran proses transaksi. Apabila pengguna merasa bahwa aplikasi *mobile banking* mudah digunakan dan tidak menyulitkan, maka mereka akan lebih cenderung menggunakan aplikasi tersebut secara berulang dan berkelanjutan. Sebaliknya, aplikasi yang rumit dan sulit dipahami dapat menjadi hambatan dalam penggunaan *mobile banking*, meskipun fitur yang ditawarkan cukup lengkap.⁴

Perkembangan teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan *mobile banking* tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Teknologi *e-commerce* menciptakan kebutuhan akan transaksi digital, sedangkan kemudahan penggunaan memastikan bahwa kebutuhan tersebut dapat dipenuhi tanpa hambatan teknis. Kedua faktor ini saling melengkapi dalam mendorong peningkatan penggunaan *mobile banking*. Masyarakat yang aktif bertransaksi melalui *e-commerce* akan lebih terdorong menggunakan *mobile banking*

⁴ Antoni & Lukman, "Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 2024.

apabila aplikasi tersebut mudah digunakan dan mampu mendukung aktivitas transaksi mereka.

Perbankan syariah terus berupaya meningkatkan daya saingnya melalui inovasi digital, salah satunya dengan pengembangan layanan *mobile banking*. Penggunaan *mobile banking* pada bank syariah tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi keuangan, tetapi juga sebagai media untuk memperluas inklusi keuangan dan meningkatkan literasi keuangan syariah di masyarakat. Oleh karena itu, memahami faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *mobile banking* menjadi hal yang sangat penting bagi pengembangan perbankan syariah di era digital.⁵

Salah satunya adalah Bank Syariah Indonesia atau BSI, bagian dari lembaga keuangan syariah yang berhubungan pada bidang jasa perbankan telah menyediakan sarana *mobile banking* BSI yang kini sudah berganti nama menjadi BYOND BSI dengan tujuan mempermudah nasabah dalam menggunakan transaksi perbankan terutama dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Berikut ini beberapa layanan yang tersedia pada BYOND BSI seperti: Layanan rekening dan tabungan, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan paket data, fitur zakat, infak, sedekah, dan wakaf, pembayaran *e-wallet*, investasi syariah, Layanan QR, pembiayaan, manajemen keuangan pribadi, lokasi kantor cabang dan ATM, notifikasi dan pengingat transaksi.

Dari hasil observasi awal menunjukkan banyak masyarakat menggunakan jasa syariah yaitu Bank Syariah Indonesia sebagai alat

⁵ Otoritas Jasa Keuangan, Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia, 2020.

pembayaran *e-commerce*. Banyak masyarakat telah menggunakan BSI *mobile* untuk mempermudah aktifitas terutama ketika cek saldo, transfer uang, untuk pembayaran, dan lainnya, namun ada juga beberapa kesulitan masyarakat soal penggunaan aplikasi, ada beberapa hasil wawancara dengan beberapa masyarakat di bawah ini:

Hasil wawancara dengan Bu Novri salah satu pengguna BYOND BSI di Kota Padangsidempuan menyatakan:

“ Saya menggunakan BYOND BSI karena sangat membantu saya dalam melakukan transaksi, terutama ketika melakukan pembelian ataupun pembayaran. Untuk cek saldo juga sudah tidak perlu jauh-jauh ke bank lagi cukup melalui *smartphone*, namun terkadang saya merasa terkendala ketika akan melakukan cek mutasi dari bulan-bulan sebelumnya karena terkadang saya tidak dapat menemukannya.”⁶

Hasil wawancara dengan Bu Audy salah satu pengguna BYOND BSI di Kelurahan Losung Batu menyatakan:

“Saya menggunakan BYOND BSI karena saya merasa sangat terbantu untuk melakukan pembayaran-pembayaran transaksi saya, terutama untuk pembayaran paket-paket yang saya *checkout* melalui *shopee* sehingga saya tidak perlu repot menunggu kurir untuk membayar paket-paket tersebut.”⁷

Hasil wawancara dengan Bu Anita salah satu pengguna BYOND BSI di Kelurahan Losung Batu menyatakan:

“Saya tidak terlalu sering menggunakan BYOND BSI karena merasa tidak terlalu membutuhkannya, apalagi semenjak BSI *Mobile* berganti menjadi BYOND saya merasa semakin sulit karena peralihan fitur-fitur yang ada didalam aplikasi cukup membuat saya pusing. Saya hanya menggunakannya sesekali seperti untuk membayar uang SPP atau *top up e-wallet*, kadang juga saya gunakan untuk membeli token listrik dirumah.”⁸

⁶ Novri *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidempuan 19 Desember 2025 pukul 09.45 WIB)

⁷ Audy *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidempuan 19 Desember 2025 pukul 11.20 WIB)

⁸ Anita *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidempuan 19 Desember 2025 pukul 12.05 WIB)

Hasil wawancara dengan Bu Yolanda salah satu pengguna BYOND BSI di Kelurahan Losung Batu:

“Saya sering menggunakan BYOND BSI untuk transaksi keuangan, seperti transfer uang ataupun untuk menerima uang dari pembeli, kadang saya juga menggunakannya untuk membeli token listrik, beli pulsa atau kalau mendesak untuk beli paket internet.”⁹

Dari hasil observasi awal diatas menunjukkan bahwa penggunaan BYOND BSI sangat membantu bagi masyarakat Kelurahan Losung Batu ketika bertransaksi namun ada beberapa masyarakat yang merasa kesulitan dalam penggunaan *mobile banking* BSI karena ada beberapa fitur yang sulit diakses atau ditemukan sehingga masyarakat merasa kurang nyaman pada saat menggunakannya. Kemudahan penggunaan juga menjadi hal yang paling penting agar masyarakat terus menggunakan *Mobile Banking* BSI untuk melakukan transaksi baik untuk *e-commerce* ataupun transaksi lainnya.

Harmayani dkk. menyatakan bahwa *e-commerce* tidak hanya berdampak pada sektor perdagangan, tetapi juga memengaruhi sistem pembayaran dan layanan perbankan digital.¹⁰ Dalam konteks ini, *mobile banking* berfungsi sebagai pendukung utama transaksi *e-commerce*, sehingga semakin berkembang teknologi *e-commerce*, semakin tinggi pula kebutuhan masyarakat untuk menggunakan *mobile banking*. Namun, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji konteks perbankan syariah, khususnya Bank Syariah Indonesia.

⁹ Yolanda *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidempuan 19 Desember 2025 pukul 17.30

¹⁰ H. Harmayani dkk., *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

Hasil penelitian Widodo dan Ariandi juga menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.¹¹ Aplikasi yang mudah digunakan meningkatkan rasa nyaman dan kepercayaan nasabah, sehingga mendorong penggunaan *mobile banking* secara berkelanjutan. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih banyak berfokus pada perbankan konvensional dan belum secara khusus mengkaji Bank Syariah Indonesia.

Sedangkan menurut Aulia Try Rahmawati mengenai penggunaan BSI *Mobile* dalam transaksi *e-commerce* menunjukkan bahwa tidak semua faktor teknologi yang berkaitan dengan transaksi *e-commerce* berpengaruh signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.¹² Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun transaksi *e-commerce* meningkat, hal tersebut belum tentu mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BSI secara intensif.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan merupakan dua faktor penting yang memengaruhi penggunaan *mobile banking*. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya masih membahas faktor-faktor tersebut secara terpisah, atau belum secara spesifik mengkaji konteks Bank Syariah Indonesia sebagai objek penelitian. Padahal, BSI memiliki karakteristik khusus sebagai bank syariah yang harus mengintegrasikan inovasi teknologi dengan prinsip-prinsip syariah.

¹¹ Widodo & Ariandi, "Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Bisnis Digital* (2023).

¹² Aulia Try Rahmawati, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-Commerce* (Skripsi, IAIN Parepare, 2023).

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan dalam menggunakan *mobile banking* BSI. Maka dapat disimpulkan peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI.”**

B. Identifikasi Masalah

1. Penggunaan *mobile banking* BSI belum dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh nasabah, meskipun layanan tersebut telah menyediakan berbagai fitur transaksi digital yang lengkap.
2. Perkembangan teknologi *e-commerce* yang semakin pesat belum sepenuhnya diikuti dengan peningkatan penggunaan *mobile banking* BSI sebagai sarana utama dalam mendukung transaksi *e-commerce*.
3. Sebagian nasabah masih mengalami kesulitan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* BSI, baik dalam memahami fitur, menavigasi menu, maupun dalam menyelesaikan proses transaksi.
4. Tingkat kemudahan penggunaan *mobile banking* BSI belum dirasakan secara merata oleh seluruh nasabah, terutama bagi nasabah dengan tingkat pemahaman teknologi digital yang berbeda-beda.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, peneliti dapat membatasi masalah dalam penelitian ini dengan cara yaitu:

1. Penelitian ini hanya membahas teknologi *e-commerce* dan kemudahan

penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.

2. Objek penelitian dibatasi pada nasabah pengguna *mobile banking* BSI.

D. Defenisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan, yang dimana variabel X1 yaitu Teknologi *E-Commerce*, X2 Kemudahan Penggunaan dan Y yaitu Penggunaan *Mobile Banking*. Defenisi operasional variable dibuat untuk menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel 1. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Penggunaan adalah cara memakai, cara menggunakan sesuatu ataupun cara membuat sesuatu baik itu barang maupun jasa. ¹³	1. Frekuensi penggunaan <i>mobile banking</i> 2. Pilihan utama transaksi <i>mobile banking</i> 3. Peningkatan penggunaan <i>mobile banking</i> 4. Kepuasan pengguna <i>mobile banking</i> 5. Niat penggunaan <i>mobile banking</i> berkelanjutan¹⁴	Ordinal

¹³ Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) hal. 852

¹⁴ Widyayanti & Hamid, "Pengaruh Penggunaan Layanan Transaksi Elektronik terhadap Kepuasan Nasabah," *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 21, no. 2 (2021).

Teknologi <i>E-Commerce</i> (X1)	Teknologi <i>e-commerce</i> adalah pemanfaatan teknologi informasi dan internet dalam mendukung proses transaksi elektronik, khususnya pembayaran digital yang terintegrasi dengan layanan <i>mobile banking</i> BSI.	1. Kemudahan transaksi digital 2. Keamanan transaksi 3. Keandalan sistem Kecepatan layanan ¹⁵	Ordinal
Kemudahan Penggunaan (X2)	Kemudahan adalah keadaan atau situasi yang mempermudah seseorang dalam melakukan sesuatu. Dalam bahasa sederhana, kemudahan merujuk pada hal-hal yang membuat suatu aktivitas, tugas, atau proses menjadi lebih ringan, cepat, atau tidak rumit. ¹⁶	1. Kemudahan mempelajari aplikasi 2. Kemudahan memahami aplikasi 3. Tidak membingungkan 4. Kenyamanan tampilan aplikasi 5. Interaksi nyaman ¹⁷	Ordinal

E. Rumusan Masalah

1. Apakah teknologi *e-commerce* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* BSI?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* BSI?

¹⁵ H. Harmayani dkk., *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020).

¹⁶ Widjana Mahardika Aditya, *Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya*, (Surabaya: Rajawali, 2016), hlm. 101

¹⁷ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989).

3. Apakah teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* BSI?

F. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi *e-commerce* terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.

G. Manfaat Penelitian

1. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi pada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan sebagai bahan untuk peneliti selanjutnya.

2. Lembaga Perbankan Syariah

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk mengembangkan layanan Bank Syariah yaitu *mobile banking* sebagai salah satu bentuk kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi

3. Peneliti

Dalam melakukan penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan baru bagi peneliti mengenai teknologi *e-commerce*, kemudahan penggunaan, dan *mobile banking* Bank

Syariah Indonesia pada perbankan syariah dan sebagai pelengkap persyaratan dan tugas yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi (SE) pada Universitas Islam Negeri Syekh AliHasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Mobile Banking

a. Pengertian Mobile Banking

Mobile banking ialah infrastruktur atau layanan bank yang digunakan melalui perangkat seluler. Dengan adanya telepon seluler dan mobile banking, transaksi perbankan yang sebelumnya harus dilakukan secara langsung di bank, kini dapat dilakukan tanpa harus datang ke bank secara fisik karena hanya menggunakan telepon seluler. Menurut Ikatan Bankir Indonesia, mobile banking adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah berkomunikasi, melakukan transaksi perbankan dan mengakses data melalui internet¹⁸. Nasabah perbankan dapat memanfaatkan layanan mobile banking dengan melakukan download aplikasi mobile banking melalui platform smartphone seperti Google Play Store dan Apps Store. Fungsionalitas mobile banking memiliki banyak kesamaan dengan Internet banking, di mana keduanya bersifat berbasis internet.

Mobile banking merupakan inovasi bank yang ingin mendapatkan kepercayaan dari seluruh nasabah. Memanfaatkan teknologi yang berkembang pesat harus digunakan dengan hati-hati.¹⁹ Seiring dengan

¹⁸ Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).

¹⁹ Nurdin, dkk., *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan

kemajuan teknologi dan informasi, kebutuhan nasabah bisnis dan perbankan semakin meningkat. Hal ini menjadikan layanan perbankan berupa mobile banking diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dunia usaha dan nasabah akan percepatan layanan perbankan. Salah satunya adalah aplikasi BSI mobile.

BSI mobile atau yang sekarang sudah berganti nama menjadi BYOND BSI adalah aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia yang memungkinkan nasabah mengakses rekening individu melalui smartphone dengan teknologi 3G/4G dan WIFI. BYOND BSI tidak hanya menawarkan layanan perbankan dan keuangan tetapi juga menawarkan aktivitas sehari-hari untuk nasabah. Mobile banking memungkinkan pelanggan untuk menangani transaksi perbankan, termasuk pengecekan saldo, transfer antar rekening, e-commerce, dan banyak lagi.²⁰ Bersamaan dengan perkembangan teknologi masa kini, nasabah dapat mengembangkan keterampilan dengan menggunakan teknologi dan internet banking dengan lebih mudah dan memuaskan dibandingkan yang lain.

Menurut Hutabarat mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil

Syariah Vol. 2 1 Tahun 2020. Hlm 89.

²⁰ Nurdin, dkk., *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 2 1 Tahun 2020. Hlm 92

uang cash.²¹ Pengertian mobile banking menurut Budi Agus Riswandi adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. Mobile banking atau yang lebih dikenal dengan sebutan m-banking merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi (unggulan) pada handphone.²²

Mobile banking berbeda dengan mobile payment. Mobile payment lebih berfokus pada pembayaran langsung ke pedagang, sementara mobile banking mencakup lebih banyak hal, termasuk administrasi rekening dan pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, mobile banking dianggap sebagai bagian vital dalam strategi digitalisasi perbankan. Bank Indonesia mendefinisikan mobile banking sebagai layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah melalui aplikasi seluler, di mana pengguna dapat mengakses informasi keuangan dan melakukan transaksi secara langsung dan real-time. Layanan ini disediakan secara resmi oleh bank dan umumnya dilengkapi dengan fitur keamanan berlapis, seperti PIN, OTP (OneTime Password), atau biometrik, untuk menjamin keamanan transaksi.

²¹Hutabarat, *Mobile Banking Security Based WAP*, anakkebo.wordpress.com/.../mobile-banking-security-analysis-based-wapronald-m-hutabarat-113040275/ (Diakses pada tanggal 20 Desember 2025)

²²Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), hlm 83.

Penggunaan mobile banking tidak akan efektif dan tidak dapat berjalan jika tidak ada handphone maupun akses internet. Aplikasi mobile banking tersedia bagi setiap orang yang memiliki telepon genggam dan dapat digunakan untuk memudahkan bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Hal ini dimaksudkan agar kemudahan pelayanan bank dapat memberikan tingkat kepuasan yang memadai bagi nasabah terhadap berbagai layanan yang diberikan.

b. Tujuan Mobile Banking

Layanan mobile banking dikembangkan oleh industri perbankan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah melalui pemanfaatan teknologi digital. Dalam era dengan mobilitas tinggi dan kebutuhan akan akses informasi secara instan, kehadiran mobile banking menjadi solusi yang strategis karena mampu menjawab tuntutan efisiensi, kecepatan, dan kemudahan dalam transaksi keuangan.

1) Meningkatkan Aksesibilitas Layanan Perbankan

Mobile banking memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan keuangan di mana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke kantor cabang. Hal ini sangat membantu masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan waktu untuk mengakses layanan secara langsung.

2) Meningkatkan Efisiensi dan Kecepatan Transaksi

Salah satu keunggulan utama mobile banking adalah kemampuannya dalam mempercepat proses transaksi keuangan. Transaksi-transaksi seperti transfer dana, pembayaran tagihan, atau pembelian pulsa ataupun paket internet dapat dilakukan hanya dalam hitungan detik melalui aplikasi.

3) Memberikan Kemudahan dan Kenyamanan Bagi Nasabah

Layanan mobile banking dirancang untuk memberikan kenyamanan dalam bertransaksi. Dengan antarmuka yang user-friendly dan fitur yang lengkap, nasabah dapat dengan mudah mengelola keuangannya langsung dari ponsel.

c. Manfaat Mobile Banking

Manfaat dari menggunakan mobile banking yaitu, membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, dapat menambah pengetahuan seseorang, mempercepat waktu penggunaan, dan dapat mempengaruhi tingkat kinerja seseorang. Nasabah menggunakan layanan mobile banking karena dapat mempercepat waktu kerja dalam melakukan transaksi. Meskipun mobile banking bermanfaat untuk nasabah perbankan namun, disisi lain mobile banking memiliki sisi negatif yang harus diwaspadai penggunaannya salah satunya yaitu banyaknya tindakan kejahatan di dunia internet seperti pembobolan layanan perbankan secara online, penipuan yang dilakukan dengan mengirimkan phishing, dan pembajakan oleh orang-orang yang tidak bertanggung jawab.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mobile Banking

1) Kenyamanan

Ketika nasabah merasa lebih nyaman menggunakan perbankan mobile karena lebih mudah dan fleksibel dalam hal waktu dan tempat sehingga nasabah merasa nyaman.

2) Kemampuan Mengakses

Kemampuan untuk mengunjungi situs web bank dan berkomunikasi dengan pihak bank jika diperlukan.

3) Ketersediaan Fitur

Kemampuan untuk mengembangkan solusi baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan melalui ketersediaan fitur yang berbeda di situs web merupakan komponen penting dalam kesuksesan mobile banking.

4) Privasi

Kerahasiaan berarti bahwa semua informasi pribadi pengguna tidak diketahui oleh orang lain.

5) Kecepatan

Kecepatan mobile banking memberikan informasi yang diinginkan pengguna secara cepat dan tepat.

6) Tarif dan Biaya

Mobile banking lebih mempermudah pelanggan dalam mengakses akun bank mereka dibandingkan dengan opsi perbankan lainnya, Selain itu hal ini juga dapat mengurangi biaya

layanan dan cukup menghemat waktu pengguna.

7) Manajemen dan Citra Bank

Mobile banking lebih mempermudah pelanggan dalam mengakses akun bank mereka dibandingkan dengan opsi perbankan lainnya, selain itu, hal ini juga dapat mengurangi biaya layanan dan menghemat waktu.

8) Desain

Situs web bank menunjukkan lebih banyak komunikasi sosial, yang meningkatkan kepercayaan nasabah dan kemungkinan transaksi online. Ini dikenal sebagai desain internet banking.

9) Konten

Kemampuan mobile banking terletak pada penyediaan informasi terkini mengenai produk dan layanan terbaru yang tersedia.

e. Penggunaan Mobile Banking

Penggunaan mobile banking dimaksudkan agar dapat meningkatkan produktifitas penggunaannya. Dengan adanya mobile banking setiap orang tidak perlu jauh-jauh mengantri untuk ke ATM hanya untuk melakukan transaksi maupun pengecekan saldo. Mengingat di era teknologi saat ini, informasi keuangan dan pembayaran secara online mudah didapat, terutama bagi masyarakat dengan mobilitas tinggi, sehingga mobile banking menjadi penunjang yang sangat baik untuk mendukung kinerja.

Davis mengungkapkan terdapat indikator-indikator penggunaan mobile banking, yaitu:²³

- 1) Frekuensi penggunaan mobile banking
- 2) Pilihan utama transaksi mobile banking
- 3) Peningkatan penggunaan mobile banking
- 4) Kepuasan pengguna mobile banking
- 5) Niat penggunaan mobile banking berkelanjutan

2. Teknologi

a. Pengertian Teknologi

Teknologi berasal dari bahasa Yunani, yaitu *Technologia* menurut Webster Dictionary yang berarti penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan “*Techne*” yang berarti skill atau keahlian. Teknologi adalah perkembangan dari suatu alat atau media yang digunakan agar lebih efisien, bertujuan untuk mengendalikan suatu masalah dan sumber daya baru untuk meningkatkan produktivitas manusia. Teknologi juga merupakan sarana untuk meningkatkan kemampuan manusia dan suatu instrumen perubahan (*instrumen of change*). Segala sesuatu yang meliputi kapasitas manusia untuk berkreasi, inovasi, dan memilih berbagai teknik dan mempergunakannya secara optimal dalam konteks lingkungan fisik, sosial, dan budaya yang ada.²⁴

Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil

²³ Davis Source, F. D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, 2010.

²⁴ Erwin S. E. dkk., *Transformasi Digital* (Jambi: Sonpedia Publishing, 2023), hlm 13

dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi yang cepat. Dari sisi demand, teknologi digital mengubah kebiasaan konsumen dengan menggeser pembelian online melalui penggunaan perangkat yang mendukung internet dan memberikan konsumen akses langsung ke pasar online. Ekonomi digital terbentuk oleh para pelaku usaha yang menggunakan informasi digital dan internet untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, memperbesar jangkauan pasar, dan mengurangi biaya operasional.

b. Peran Teknologi dalam E-Commerce

1) Platform Online

Platform e-commerce seperti Amazon, Shopee, Tokopedia, dan lainnya telah menjadi penopang bagi bisnis online. Teknologi memungkinkan perusahaan ini untuk menyediakan marketplace yang mudah diakses oleh penjual dan pembeli dari seluruh dunia. Dengan antar muka yang user-friendly dan fitur-fitur canggih, platform ini membuat proses jual beli menjadi lebih efisien dan aman.

2) Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)

AI telah membawa revolusi dalam e-commerce. AI digunakan untuk menciptakan chatbots yang dapat memberikan pelayanan 24/7, merekomendasikan produk berdasarkan riwayat belanja, dan mengotomatiskan proses manajemen inventaris. Algoritma AI

juga membantu dalam mendeteksi penipuan, memastikan transaksi online aman dan terlindungi. Dengan menggunakan AI, banyak aspek pemasaran, seperti iklan dan pengelolaan kampanye, dapat diotomatiskan. Hal ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga membantu menciptakan pengalaman yang lebih dinamis dan responsif bagi konsumen.²⁵

3) Big Data dan Analitik

Big data dan analitik memainkan peran kunci dalam e-commerce. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan, bisnis dapat memahami perilaku dan preferensi konsumen. Informasi ini digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran, personalisasi pengalaman belanja, dan meningkatkan retensi pelanggan. Analitik prediktif juga membantu bisnis dalam merencanakan stok dan mengurangi risiko kekurangan atau kelebihan persediaan. Dengan pendekatan berbasis data ini, perusahaan dapat menyesuaikan pesan pemasaran agar sesuai dengan kebutuhan individu, bukan lagi menggunakan pendekatan umum yang seragam seperti pada pemasaran tradisional yang sudah dilakukan sejak zaman dulu.²⁶

4) Internet of Things (IoT)

Internet of Things (IoT) memungkinkan integrasi perangkat

²⁵ Utami, R. *Inovasi Teknologi dalam Layanan Pelanggan E-commerce di Indonesia*. (Surabaya: Penerbit Indeks, 2020).

²⁶ Annmarie Hanlon, *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration* (London: SAGE Publications, 2019).

yang saling terhubung, menciptakan ekosistem yang cerdas dan efisien. Dalam e-commerce, IoT digunakan untuk melacak lokasi pengiriman secara real-time, mengelola persediaan yang masih ada, dan meningkatkan efisiensi logistik. Perangkat IoT juga memungkinkan pengumpulan data secara real-time, memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang operasional bisnis.²⁷

5) Blockchain

Blockchain menawarkan solusi yang aman dan transparan untuk transaksi e-commerce. Dengan teknologi ini, setiap transaksi dicatat dalam buku besar digital yang tidak dapat diubah, mengurangi risiko penipuan online ataupun secara langsung dan memastikan kepercayaan antara penjual dan pembeli. Blockchain juga dapat digunakan untuk mengelola rantai pasok dengan lebih efisien, memastikan keaslian produk dan mempercepat proses pengiriman.²⁸

c. Inovasi Teknologi dalam E-Commerce

1) Augmented Reality (AR) dan Virtual Reality (VR)

Teknologi AR dan VR telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk secara online. AR memungkinkan pelanggan untuk mencoba produk seperti pakaian atau furnitur secara virtual sebelum membeli, memberikan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan meminimalkan risiko pengembalian. VR, di sisi lain,

²⁷ Santosa, H., & Jannah, N. *Internet of Things (IoT) dan Pengaruhnya terhadap E-commerce di Indonesia*. (Jakarta: Salemba Empat, 2021).

²⁸ Dave Chaffey, Tanya Hemphill, *Digital Business and E-Commerce Management* (8th ed.; London: Pearson, 2023). Hlm. 67.

digunakan untuk menciptakan toko virtual yang memungkinkan pelanggan menjelajahi dan berbelanja seolah-olah mereka berada di toko fisik.²⁹

2) Pembayaran Digital dan E-Wallet

Inovasi dalam metode pembayaran digital telah memudahkan transaksi online. E-wallet seperti PayPal, Apple Pay, dan Google Wallet menawarkan cara yang aman dan cepat untuk melakukan pembayaran. Selain itu, teknologi pembayaran digital juga mendukung transaksi lintas batas, memungkinkan bisnis e-commerce untuk mencapai pasar global dengan mudah.

3) Pengalaman Pembelian berdasarkan Personalisasi

E-Commerce kini lebih fokus pada memberikan pengalaman pembelian yang personalisasi kepada konsumen. Dengan bantuan teknologi kecerdasan buatan (AI) dan analisis data, toko online dapat menyajikan rekomendasi produk yang relevan berdasarkan preferensi dan riwayat belanja konsumen. Hal ini meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu meningkatkan tingkat konversi.

3. E-Commerce

a. Pengertian E-Commerce

E-Commerce merupakan sebuah kegiatan atau aktivitas jual beli produk atau jasa secara online yang dilakukan oleh perusahaan atau perseorangan melalui perangkat elektronik seperti telepon genggam,

²⁹ Nugroho, Y. *Inovasi Teknologi dan Dampaknya pada Perdagangan Elektronik di Indonesia*. (Bandung: Alfabeta, 2019).

komputer, dan televisi. E-commerce juga bisa dikatakan sebagai proses pembelian, penjualan atau pertukaran barang, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet.

Electronic Commerce mendeskripsikan hal yang luas mengenai teknologi, proses dan praktek yang dapat melakukan transaksi bisnis tanpa menggunakan kertas sebagai sarana mekanisme transaksi, karena hal-hal tersebut dapat dilakukan dengan cara menggunakan E-mail, Electronic Data Interchange (EDI), bahkan dengan menggunakan jalur World Wide Web (WEB).

Menurut Marina dan Robert dalam Saswiana, e-commerce merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang secara online atau direct selling yang memanfaatkan fasilitas internet dimana terdapat website yang menyediakan layanan “get and deliver”.³⁰

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa e-commerce dapat membantu penjual dalam mempromosikan barangnya secara online. Karena dengan adanya e-commerce memberikan banyak kemudahan bagi calon konsumen untuk membeli barang yang diinginkannya dan memanfaatkan semua fasilitas yang ada. Dan setiap orang bisa memilih barang memberikan banyak kemudahan transaksi, produk yang beraneka ragam ataupun belanja di toko yang menjual kebutuhan konsumen.

Ayat yang mengatur tentang e-commerce dalam Al-Qur'an adalah

³⁰ P. Losavio & F. Zamboni, *Electronic Commerce* (Cham: Springer, 2018), hlm. 10.

Q.S Al-Nisa' ayat 28 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”.

Ayat ini menegaskan bahwa dalam setiap transaksi termasuk jual beli secara daring harus ada unsur kerelaan (tarāḍin) antara penjual dan pembeli. Dalam konteks e-commerce, prinsip ini berarti bahwa setiap pihak harus memahami dan menyetujui isi transaksi secara jelas: mulai dari harga, kualitas barang, hingga mekanisme pengiriman. Tidak boleh ada penipuan (gharar), pemalsuan identitas, atau manipulasi informasi yang dapat merugikan salah satu pihak.

E-commerce yang sesuai syariah adalah transaksi digital yang menjunjung kejujuran, transparansi, dan keadilan. Prinsip ini menjadi dasar dalam setiap akad elektronik yang dilakukan melalui marketplace, aplikasi, atau media sosial.

Kemudahan menggunakan teknologi dapat menentukan keputusan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.³¹ Selain keamanan, hal terpenting yang harus diperhatikan oleh para penyedia atau penjual

³¹ Inggri Septianie, Mariati Tirta Wiyata, “Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online Pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia.” *Winter Journal*, Vol.1 No.1 (Agustus, 2020). hlm 75.

online adalah kemudahan. Hal ini bisa menjadi daya tarik sendiri bagi para konsumen, dimana mereka diberikan beberapa kemudahan seperti mudah mengakses pilihan barang, kemudahan dalam melakukan pembelian, kemudahan pembayaran sampai dengan kemudahan mendapatkan barang.

b. Jenis-Jenis E-Commerce

Menurut Laudon penggolongan jenis-jenis e-commerce dapat dibedakan sebagai berikut:³²

1) Business to Business (B2B)

Transaksi e-commerce ini dilakukan oleh dua belah pihak yang sama-sama memiliki kepentingan bisnis. Dua belah pihak ini saling mengerti dan mengetahui bisnis yang dijalankan. Umumnya bisnis tersebut dilaksanakan secara berkesinambungan, atau secara sederhana disebut berlangganan. Contoh sederhana dari B2B ini yaitu produsen dan supplier yang saling bertransaksi secara online baik untuk konsultasi kebutuhan barang, hingga proses pembayarannya.³³

2) Business to Consumer (B2C)

Business to Consumer dilakukan oleh pelaku bisnis dan konsumen. Transaksi e-commerce ini terjadi layaknya jual beli biasa. Dimana konsumen mendapatkan penawaran produk dan

³² Laudon dan Laudon, "Implementation of E-Commerce as an Online Sales Medium (Case Study at a Factory Shop in Malang City.," Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) 29, no. 1 (2008): 1–9

³³ Binus University, "Jenis-Jenis E-Commerce". (Diakses pada tanggal 11 April 2025 Pukul 15.31 WIB). <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>.

melakukan pembelian secara online. Contoh dari jenis e-commerce ini adalah Berrybenka.com, Mataharimall.com, dan lain-lain.

3) Consumer to Consumer (C2C)

Consumer to Consumer merupakan hubungan antara konsumen dengan konsumen contohnya yaitu jika kita sering menggunakan Tokopedia, Bukalapak, OLX dan sejenisnya, maka inilah yang dinamakan C2C e-commerce. Transaksi jual beli dilakukan secara online melalui marketplace.³⁴

4) Business to Administration (B2A)

Dalam jenis transaksi e-commerce ini, terdapat transaksi antara perusahaan dengan administrasi publik. Keseluruhannya mencakup berbagai layanan pemerintah, seperti jaminan sosial, pengurusan pajak, dokumen hukum, dan sebagainya. Contoh dari jenis transaksi ini adalah AXIQoe. Platform ini menyediakan kebutuhan elektronik, groceries, office equipment, dan supplies. Jadi, jika sebuah pemerintahan menginginkan pengadaan barang seperti komputer dan keperluan kantor lainnya. Mereka bisa berbelanja melalui platform B2A.

5) Online to Offline (O2O)

Jenis e-commerce ini memiliki model yang sama dengan B2A, yang membedakan adalah transaksi elektronik dilakukan antara individu dengan administrasi publik. Platform website ini

³⁴ Budi Sutedjo Dharma Oetomo, et al, "i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com" (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003), h. 21

mengusung model bisnis untuk menarik pelanggan online agar mau berbelanja ke toko fisik. Contohnya seperti mataharimall.com.

c. Manfaat E-Commerce

1) Bagi Dunia Bisnis

Sebagai sarana meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas karena tidak terbatas oleh jarak serta waktu sehingga dapat menekan biaya operasional (operating cost) karena sebagian besar operasional atau transaksi diprogram didalam komputer sehingga tidak memerlukan biaya sewa toko dan gaji karyawan yang tidak terlalu diperlukan. Dapat meningkatkan customer loyalty karena sistem e-commerce menyediakan informasi secara lengkap yang dapat diakses setiap waktu sehingga konsumen bisa memilih sendiri produk yang dia inginkan kapan saja ia memiliki waktu luang.

2) Bagi Konsumen

E-commerce memberikan kemungkinan bagi pelanggan untuk bertransaksi selama 24 jam sehari dari hampir setiap tempat tanpa terbatas jarak. Pelanggan juga dapat memiliki banyak pilihan barang yang ingin dibeli pada saat mengunjungi situs dan melakukan perbandingan harga dengan toko lain.

d. Karakteristik E-Commerce

Teknologi e-commerce memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari transaksi konvensional. Karakteristik tersebut antara lain bersifat ubiquity, yaitu dapat diakses kapan saja dan di mana

saja selama terhubung dengan internet. Hal ini sejalan dengan karakter mobile banking yang juga menekankan fleksibilitas dan kemudahan akses bagi nasabah.³⁵

Selain itu, teknologi e-commerce bersifat global reach, yang memungkinkan transaksi lintas wilayah bahkan lintas negara. Karakteristik ini mendorong meningkatnya kebutuhan akan sistem pembayaran digital yang cepat dan aman, sehingga penggunaan mobile banking menjadi semakin relevan. Karakteristik lainnya adalah information density, yaitu kemampuan menyediakan informasi secara cepat, akurat, dan real-time, yang mendukung transparansi pengguna.

e. Indikator-Indikator E-Commerce

Dalam penelitian ini, teknologi e-commerce diukur melalui beberapa indikator yang relevan dengan penggunaan mobile banking, yaitu:³⁶

1) Kemudahan transaksi digital

Kemudahan transaksi digital adalah tingkat persepsi pengguna terhadap seberapa mudah, sederhana, dan tidak merepotkan suatu sistem atau layanan digital digunakan untuk melakukan transaksi keuangan, mulai dari proses akses, pelaksanaan transaksi, hingga penyelesaian transaksi, tanpa memerlukan usaha yang besar atau keterampilan teknis yang rumit.

³⁵ Kenneth C. Laudon & Carol G. Traver, *E-Commerce* (Global Edition, 2020).

³⁶ Harmayani dkk., *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (2020).

2) Keamanan transaksi

Keamanan transaksi adalah tingkat perlindungan yang dirasakan dan diterapkan dalam suatu sistem transaksi untuk menjamin kerahasiaan, keutuhan, dan keabsahan data serta dana pengguna, sehingga transaksi dapat dilakukan tanpa risiko penyalahgunaan, kebocoran informasi, atau tindakan penipuan.

3) Keandalan sistem

Keandalan sistem adalah kemampuan suatu sistem untuk beroperasi secara konsisten, stabil, dan akurat sesuai dengan fungsi yang dirancang, tanpa mengalami gangguan atau kesalahan, dalam jangka waktu tertentu.

4) Kecepatan layanan

Kecepatan layanan adalah tingkat kemampuan suatu sistem atau layanan dalam merespons permintaan pengguna dan menyelesaikan proses transaksi secara cepat, tepat waktu, dan efisien tanpa menimbulkan waktu tunggu yang lama.

4. Kemudahan Penggunaan

a. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Menurut Nasution kemudahan adalah sejauh mana sistem akan meringankan pekerjaannya sehingga sistem tersebut menjadi seringkali digunakan. Sistem yang sering kali digunakan menunjukkan bahwa sistem

tersebut lebih dikenal dan lebih mudah digunakan penggunanya.³⁷

Menurut Brealey, Myers, dan Allen kemudahan penggunaan adalah salah satu metode evaluasi investasi yang paling sederhana dan mudah dipahami. Kemudahan penggunaan adalah keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat di gunakan.³⁸ Kemudahan penggunaan (ease of use) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Kemudahan penggunaan adalah mudah dipelajari, mudah dipahami, simpel dan mudah dalam pengoperasiannya.³⁹

Persepsi kemudahan penggunaan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang untuk mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya bukan untuk menyulitkan pemakainya. Dengan kata lain, seseorang yang menggunakan sistem akan bekerja lebih mudah dibandingkan seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual. Dari definisi diatas kemudahan penggunaan adalah suatu sikap percaya bahwa penggunaan teknologi informasi dapat memberikan kemudahan yang mana akan terbebas dari usaha yang berat pada saat menggunakannya. Pengoperasian sistem aplikasi yang

³⁷ Nasution, *Perceived Of Use Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Sanjaya, 2018), hlm 5

³⁸ Widjana Mahardika Aditya, *Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya*, (Surabaya: Rajawali , 2016), hlm. 101

³⁹ Jogiyanto, *Konsep Dasar Sistem Informasi*, (Tinggi Darul Ulum Jombang: ANDI, 2017), 115-129

dirancang agar konsumen tidak merasa kesulitan saat melakukan transaksi, dengan menggunakan mobile banking, pengguna dapat mengakses akun bank mereka melalui smartphone tanpa harus mengunjungi cabang bank atau mesin ATM.

b. Indikator-Indikator Kemudahan Penggunaan

Mengenai indikator-indikator kemudahan, menurut Davis memaparkan terdapat 5 hal yang menjadi indikator kemudahan, yaitu:⁴⁰

1) Kemudahan mempelajari aplikasi

Kemudahan mempelajari aplikasi adalah tingkat persepsi pengguna terhadap sejauh mana suatu aplikasi dapat dipahami dan dipelajari dengan cepat tanpa memerlukan usaha yang besar, pengetahuan teknis khusus, atau bimbingan intensif.

2) Kemudahan memahami aplikasi

Kemudahan memahami aplikasi adalah tingkat persepsi pengguna terhadap sejauh mana informasi, fitur, dan alur penggunaan dalam suatu aplikasi dapat dipahami dengan jelas, logis, dan tidak membingungkan, sehingga pengguna dapat menggunakan aplikasi tersebut dengan benar tanpa kesulitan.

3) Tidak membingungkan

Tidak membingungkan adalah kondisi di mana suatu aplikasi atau sistem dirancang dengan tampilan, alur, dan informasi yang jelas serta konsisten, sehingga pengguna dapat menggunakan aplikasi

⁴⁰ Davis Source, F, D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, 2008: pp. 982-1003.”

tersebut dengan mudah tanpa merasa ragu, salah langkah, atau mengalami kebingungan.

4) Kenyamanan tampilan aplikasi

Kenyamanan tampilan aplikasi adalah tingkat persepsi pengguna terhadap sejauh mana desain visual aplikasi, termasuk tata letak, warna, ukuran teks, dan ikon, memberikan rasa nyaman, mudah dilihat, dan menyenangkan saat digunakan.

5) Interaksi nyaman

Interaksi nyaman adalah tingkat persepsi pengguna terhadap kemudahan dan kelancaran dalam berinteraksi dengan suatu aplikasi atau sistem, sehingga pengguna merasa nyaman, tidak tertekan, dan tidak mengalami kesulitan selama proses penggunaan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan kajian terhadap hasil-hasil penelitian.

Adapun penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini adalah:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Nova Lestary (Skripsi, Prodi Perbankan Syariah, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023)	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking pada Bank Syariah	Hasil analisis menggunakan uji t atau uji persial menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Minat Nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil dari t hitung yang lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi yang memenuhi syarat atau sangat rendah dibanding taraf nilai

			maksimal (0,05). Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator variabel kemudahan yaitu kemudahan dan fleksibilitas penggunaan dapat mempengaruhi minat nasabah (pelaku e-commerce secara signifikan).
2.	Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara (2020, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 62 No. 1 September 2020	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking	Penelitian ini menemukan bahwa semakin seseorang percaya bahwa mobile banking mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan mobile banking. Berdasarkan objek pada penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Brawijaya, temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Universitas Brawijaya merasakan kemudahan dalam penggunaan mobile banking, khususnya penggunaan mobile banking yang praktis, sehingga mereka menggunakan mobile banking untuk mendukung kegiatan perbankan.
3.	N. Rahmawati, A. Hidayat (2023, Jurnal Perbankan Syariah)	Pengaruh Teknologi Finansial dan Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking	Teknologi finansial dan kemudahan penggunaan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking. Hasil penelitian ini

			menunjukkan bahwa kemajuan teknologi digital, termasuk integrasi dengan aktivitas e-commerce, mendorong peningkatan penggunaan mobile banking.
4.	Gabriella Antoni, Hendro Lukman (2024, Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah)	Kemudahan Penggunaan, Manfaat, dan Risiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived ease of use dan perceived usefulness secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan mobile banking. Semakin mudah dan bermanfaat layanan tersebut dirasakan, semakin tinggi minat untuk menggunakannya, sesuai dengan Technology Acceptance Model. Namun, perceived risk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan mobile banking.
5.	Ari Apriansyah (Skripsi, Prodi Perbankan Syariah, UIN Syahada, 2025)	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menggunakan Mobile Banking dalam Transaksi E-Commerce	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Biaya Admin berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dengan nilai 0,000. Akan tetapi dalam uji parsial variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap Keputusan menggunakan mobile banking dalam transaksi e-commerce.
6.	Jayadi R., Risnawati, & Muslimin (Journal of	Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Transaksi Penggunaan Mobile Banking	Berdasarkan hasil analisis, variabel kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi berpengaruh secara

	Business Administration (JBA) vol. 4 No. 2, 2024)	terhadap Keputusan Pembelian Online	signifikan terhadap keputusan pembelian online dalam penggunaan aplikasi layanan mobile banking.
7.	Annisa Rizky Widodo & Fajri Ariandi (Pusat Publikasi Ilmu Manajemen Vol. 2 No. 4 Oktober 2024)	Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Mobil Banking BCA di Jakarta	Dari uji hipotesis secara simultan yang telah dilakukan membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari kemudahan, kepercayaan dan keamanan terhadap keputusan penggunaan mobile banking BCA di Jakarta
8.	Nadia Ariba (Skripsi, Prodi Perbankan Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang 2025)	Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Penggunaan Mobile Banking pada E-Commerce dengan Prefensi Sebagai Variabel Mediasi	Persepsi kebermanfaatan berpengaruh signifikan secara langsung terhadap penggunaan mobile banking pada e-commerce di kalangan mahasiswa Kota Malang, dengan mediasi parsial melalui preferensi. Sementara itu, persepsi kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan secara langsung, tetapi menunjukkan pengaruh penuh melalui mediasi preferensi.
9.	Aulia Try Rahmawati (Skripsi, Prodi Perbankan Syariah, IAIN Parepare, 2023).	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan BSI Mobile dalam Transaksi E-Commerce	Penggunaan BSI Mobile dalam transaksi e-commerce menunjukkan bahwa tidak semua faktor teknologi yang berkaitan dengan transaksi e-commerce berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking.

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

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

1. Persamaan penelitian ini dengan Nova Lestary adalah sama-sama meneliti mengenai kemudahan penggunaan dan penggunaan mobile banking. Perbedaannya adalah peneliti terdahulu juga meneliti variabel tentang manfaat, kepercayaan, dan minat.
2. Persamaan penelitian ini dengan Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara adalah sama-sama meneliti pengaruh persepsi kemudahan penggunaan. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu meneliti variabel persepsi sedangkan peneliti meneliti variabel teknologi e-commerce. Penelitian terdahulu juga menggunakan mahasiswa Universitas Brawijaya sebagai objek penelitiannya sedangkan penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Losung Batu.
3. Persamaan penelitian ini dengan Rahmawati dan Hidayat adalah sama- sama meneliti kemudahan dan mobile banking. Perbedaannya adalah variabel

penelitian terdahulu adalah teknologi financial sedangkan penelitian ini adalah teknologi e-commerce.

4. Persamaan penelitian ini dengan Gabriella Antoni dan Hendro Lukman adalah sama-sama meneliti mengenai kemudahan penggunaan dan mobile banking. Metode penelitian yang digunakan oleh penelitian terdahulu adalah kuantitatif. Perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu terdapat variabel manfaat dan resiko didalam penelitiannya.
5. Persamaan penelitian ini dengan Ari Apriansyah adalah sama-sama menggunakan mobile banking sebagai variabel Y dan metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Perbedaannya adalah pada variabel X penelitian terdahulu lebih kompleks karena meneliti mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi.
6. Persamaan penelitian ini dengan Jayadi, Risnawati, dan Muslimin adalah sama-sama meneliti tentang penggunaan mobile banking. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu lebih fokus pada keputusan pembelian online sebagai variabel Y nya.
7. Persamaan penelitian ini dengan Annisa Rizky Widodo dan Fajri Ariandi adalah sama-sama meneliti penggunaan mobile banking dan menggunakan variabel kemudahan sebagai salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan layanan tersebut, serta menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Adapun perbedaannya terletak pada variabel independen, objek, dan konteks penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan variabel kemudahan, kepercayaan, dan keamanan dengan objek mobile banking BCA sebagai bank konvensional, sedangkan penelitian ini menitikberatkan pada

teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan dengan objek mobile banking BSI yang berbasis perbankan syariah, sehingga penelitian ini memiliki fokus dan konteks yang berbeda serta menunjukkan adanya kebaruan penelitian.

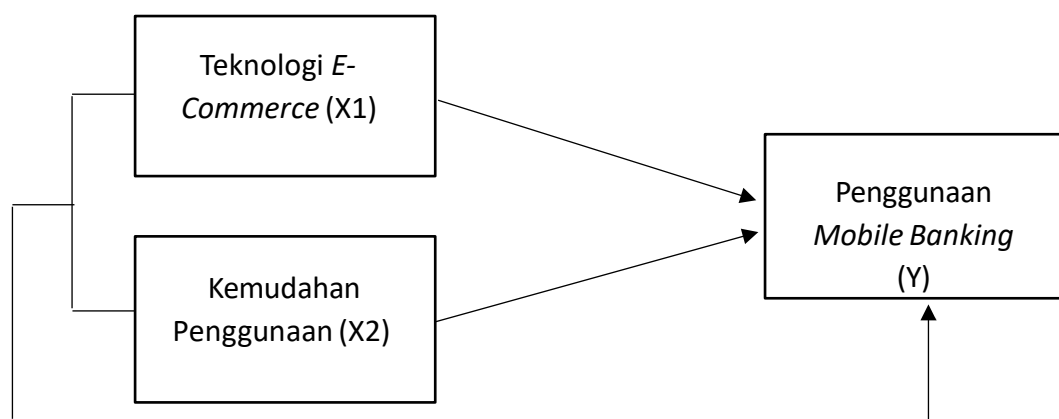
8. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadia Ariba yaitu sama-sama meneliti penggunaan mobile banking dan menggunakan konsep kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sebagai variabel yang memengaruhi penggunaan layanan tersebut, serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun perbedaannya terletak pada fokus variabel dan objek penelitian, di mana penelitian terdahulu menggunakan variabel *perceived usefulness*, *perceived ease of use*, serta preferensi sebagai variabel mediasi dengan konteks penggunaan mobile banking pada e-commerce secara umum, sedangkan penelitian ini memfokuskan pada pengaruh teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking BSI tanpa variabel mediasi, sehingga penelitian ini lebih menekankan pada aspek teknologi e-commerce dan konteks perbankan syariah sebagai objek penelitian.
9. Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aulia Try Rahmawati yaitu sama-sama meneliti penggunaan BSI Mobile dalam konteks transaksi e-commerce serta menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Adapun perbedaannya terletak pada variabel dan fokus penelitian, di mana penelitian Aulia Try Rahmawati menganalisis berbagai faktor penggunaan BSI Mobile seperti harapan usaha dan kondisi fasilitas berdasarkan pendekatan UTAUT, sedangkan penelitian ini secara khusus memfokuskan pada pengaruh

teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking BSI, sehingga penelitian ini memiliki ruang lingkup variabel yang lebih terarah dan menekankan pada pengaruh teknologi e-commerce sebagai faktor utama.

C. Kerangka Pikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan kajian kepustakaan.⁴¹ Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan dijadikan dasar dalam penelitian. Variabel X (bebas / independen) dalam penelitian ini ada dua yaitu Teknologi e-commerce (X1) dan Kemudahan penggunaan (X2) sedangkan variabel Y (terikat/dependen) dalam penelitian ini yaitu Penggunaan Mobile Banking.

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa secara parsial

⁴¹ Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd. Ph.D.Ummul Aiman et al., Metodologi Penelitian Kuantitatif, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini,2022.

Teknologi E-Commerce dapat mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking, Kemudian secara parsial Kemudahan Penggunaan dapat mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking. Kemudian secara simultan juga terlihat bahwa Teknologi E-Commerce dan Kemudahan Penggunaan dapat mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah teori mengenai tentang apa saja yang diamati dalam proses memahami suatu hal. Hipotesis ditujukan untuk memberikan pengetahuan yang lebih luas faktor-faktor yang dipelajari, dalam hal ini yaitu menambah mengensi teori yang diteliti. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Teknologi e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

H₂: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

H₃: Teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kelurahan Losung Batu yaitu masyarakat yang menggunakan BYOND BSI. Waktu yang dilaksanakan dalam penelitian ini terhitung sejak bulan Desember 2025.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi suatu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. ⁴²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Marinu Waruwu, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Selain itu Nazir juga mengatakan populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Ada saat populasi sangat besar, terkadang peneliti tidak memiliki kemampuan untuk menguji seluruhnya karena adanya kendala

⁴² Marinu Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *Jurnal Pendidikan Tambusia* 7, no. 1 (2023): 2896–2910.

sumber daya seperti anggaran, tenaga kerja, dan waktu yang terbatas. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel, yang merupakan sebagian kecil dari populasi tersebut.

Adapun populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Kelurahan Losung Batu yang menggunakan *mobile banking* BSI.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, dimana dalam pengambilan sampel yang dilakukan dapat mewakili populasi.⁴³ Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus dari Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{Z^2 P (1 - P)}{d^2}$$

Dimana:

n = Jumlah Sampel

Z = nilai distribusi z pada CI 5%

P = probabilitas maksimal estimasi

d = alpha

$$n = \frac{1,64 \times 0,5 \times (1 - 0,5)}{0,05^2} = 96 \text{ sampel}$$

Sehingga, berdasarkan perhitungan, penelitian ini membutuhkan minimal 96 responden.

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021).

D. Instrumen dan Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Primer

Data primer adalah data yang diambil dari sumber pertama yang berada di lapangan baik berasal dari orang maupun tempat dan data.⁴⁴ Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang peneliti kumpulkan langsung dari sumbernya dan data primer mempunyai sifat terbaru. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari masyarakat Kelurahan Losung Batu yang mengenai pengaruh teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner.

b. Sekunder

Sumber data sekunder yaitu berupa data yang dikumpulkan untuk melengkapi data primer yang diperoleh, data sekunder terbagi dua yaitu: Pertama, Kajian kepustakaan konseptual yaitu kajian terhadap artikel- artikel atau buku-buku, dokumen-dokumen, kajian kepustakaan dari hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan ini, baik yang telah diterbitkan maupun yang tidak

⁴⁴ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Bandung: Literasi Media Publishing, 2022).

diterbitkan dalam bentuk buku atau karya ilmiah.⁴⁵ Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kajian dari artikel-artiker, jurnal, buku-buku yang terkait dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Kuisisioner dan Angket

Kuisisioner atau Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain agar bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan penggunaan. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir jika responden memberikan jawaban.⁴⁶ Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data tentang pengalaman dan pendapat responden tentang penggunaan pendekatan tradisional dan teknologi dalam penggunaan *mobile banking* BSI.

Tabel 3. 1 Skala Likert

Skala Likert	Nilai Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Adapun kisi kisi angket variabel dalam penelitian ini yaitu:

⁴⁵ Arimuddin Abdullah and Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021).

⁴⁶ Boedi Abdullah Dan dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Yogyakarta, 2014), h. 215

Tabel 3. 2 Kisi-kisi Angket Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Soal
Teknologi <i>E-Commerce</i>	1. Kemudahan transaksi digital	1-3
	2. Keamanan transaksi	4-6
	3. Keandalan sistem	7-9
	4. Kecepatan layanan	10-12
Kemudahan Penggunaan	1. Kemudahan mempelajari aplikasi	13-18
	2. Kemudahan memahami aplikasi	
	3. Tidak Membingungkan	
	4. Kenyamanan tampilan aplikasi	
	5. Interaksi nyaman	
Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	1. Frekuensi penggunaan <i>mobile banking</i>	19-24
	2. Pilihan utama transaksi <i>mobile banking</i>	
	3. Peningkatan penggunaan <i>mobile banking</i>	
	4. Kepuasan pengguna <i>mobile banking</i>	
	5. Niat penggunaan <i>mobile banking</i> berkelanjutan	

b. Wawancara

Wawancara digunakan untuk mengumpulkan data tentang penggunaan *mobile banking* BSI oleh masyarakat, termasuk bagaimana respon masyarakat dalam penggunaannya.

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu metode yang dipakai dengan cara mengumpulkan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk

tulisan, gambar ataupun karya monumental dari seseorang.⁴⁷

E. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut John W. Tukey merupakan untuk menganalisis data, teknik-teknik untuk menginterpretasikan hasil- hasil analisis, di dukung oleh proses pengumpulan data untuk membuat analisis lebih mudah, lebih tepat dan akurat. Keseluruhan perangkat alat analisis yang digunakan bermanfaat untuk memproses data menjadi informasi yang simetrikal. Analisis data (baik kuantitatif dan kualitatif) merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini dilakukan bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi suatu permasalahan, khususnya yang berkaitan dengan penelitian dan teknik ini bertujuan untuk penyediaan informasi yang valid, realiable, practical guna mendukung proses pengambilan keputusan manajemen yang produktif (efektif dan efesien).⁴⁸ Dalam penelitian ini, software yang digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif yaitu software SPSS.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah teknik analisis data yang dikumpulkan, yang disusun dan interpretasikan serta dianalisa sehingga memberikan keterangan yang lengkap bagi pemecahan masalah yang dihadapi. Analisis deskriptif juga merupakan bentuk analisa data untuk menguji

⁴⁷ Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 82.

⁴⁸ Masfi Sya`fiatul Ummah, *Ragam Analisis Data Penelitian, Sustainability* (Switzerland), vol.11, 2020

generalisasi hasil penelitian yang didasarkan atas satu sampel.⁴⁹

2. Uji Validitas

Alat ukur dikatakan efektif apabila dapat mengukur apa yang dibutuhkan.⁵⁰ Uji validasi digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian digunakan dengan aplikasi SPSS. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument penelitian di katakana valid.
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument penelitian di katakan invalid.

3. Uji Reliabilitas

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

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

⁴⁹ Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta (Bumi Aksara, 2013).

⁵⁰ Nur Kholis “ *Perbankan Dalam Era Baru Digital*” Jurnal Ekonomi, Vol. 12, No. 1, Juli2020, hlm. 81.

reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada suatu kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data dalam sebuah sampel mengikuti berdistribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas, yaitu:

- 1) Jika nilai signifikan lebih besar dari $\alpha = 0.1$, maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikan lebih kecil dari $\alpha = 0.1$, maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan alat uji model regresi untuk menemukan adanya kolerasi antar variable bebas (independen). Model egresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Uji ini dapat di lakukan dengan uji regresi, dengan nilai patokan VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *Tolerance*. Kriteria yang di gunakan adalah:

- 1) Jika nilai VIF di sekitar angka 1-1 maka tidak terjadi multikolinearitas.

2) Jika nilai *Tolerance* ≥ 0.10 , maka tidak ada multikolinearitas.⁵¹

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual tetap disebut homoskedastisitas, jika berbeda disebut heteroskedastisitas (tidak terjadi heteroskesdastisitas). Dikatakan bebas dari heteros kalau signifikan > 0.1 tetapi kalau ≤ 0.1 itu telah mengandung masalah heteroskedastisitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya lakukan dengan uji Scatterplot yaitu meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika variabel independen signifikan dan tingkat kepercayaan mencapai 10% maka akan dikatakan ada indikasi heterokedastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya).⁵² Analisis regresi linier berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan

⁵¹ Echo Perdana K, Olah Data Skripsi Dengan SPSS22, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Feubb, 2016), hlm. 47

⁵² Aris Eddy Sarwono dan Asih Handayani, *Metode Kuantitatif* (Surakarta: UNISRI Press, 2021).

ada atau tidaknya hubungan fungsi antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.⁵³

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Teknologi *E-Commerce* (X1), dan Kemudahan Penggunaan (X2). Sedangkan variabel terikatnya adalah Penggunaan *Mobile Banking* BSI (Y). Adapun persamaan regresi untuk tiga variabel yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Penggunaan *Mobile Banking* BSI
 X1 = Teknologi *E-Commerce*
 X2 = Kemudahan Penggunaan a = Konstanta
 b1, b2 = Koefisien regresi e = *error*

6. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji keberhasilan dilakukan oleh peneliti sebagai tindakan untuk menguji nilai-nilai yang diperoleh peneliti melalui sampel yang telah diteliti tersebut.⁵⁴ Uji hipotesis secara parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan signifikan atau tidak terhadap penggunaan *mobile banking* BSI. Kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima,
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

⁵³ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UndipPress, 2009), hlm. 100.

⁵⁴ Nurfian S Febriani dan Weda Asmara Dewi Wayan, *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 72.

Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan nilai signifikansi yaitu:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji koefisien secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah secara simultan teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan signifikan atau tidak terhadap penggunaan *mobile banking* BSI. Kriteria pengujian yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan nilai signifikansi yaitu:

- 1) Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Apabila nilai signifikansi $> 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Koefisien determinasi adalah angka yang dinyatakan atau

digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel bebas terhadap variabel terikat.⁵⁵ R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen.

⁵⁵ Surajiyo, nasruddin, dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 77

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Kelurahan Losung Batu

Kelurahan Losung Batu merupakan salah satu wilayah administratif yang berada di Kecamatan Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Nama *Losung Batu* berasal dari istilah lokal yang merujuk pada alat tradisional dari batu yang dahulu digunakan masyarakat untuk menumbuk padi dan hasil pertanian lainnya. Hal ini mencerminkan bahwa wilayah ini pada awalnya berkembang dari perkampungan agraris dengan mata pencaharian utama penduduknya adalah bertani.

Pada masa awal pembentukannya, Losung Batu merupakan bagian dari wilayah permukiman masyarakat adat Batak Angkola yang hidup secara gotong royong dan menjunjung tinggi nilai-nilai adat serta kekerabatan. Seiring dengan perkembangan wilayah Kota Padangsidempuan dan penataan administrasi pemerintahan, Losung Batu kemudian ditetapkan sebagai kelurahan untuk meningkatkan pelayanan publik dan tata kelola pemerintahan yang lebih efektif. Hingga saat ini, Kelurahan Losung Batu terus berkembang menjadi kawasan permukiman yang aktif, dengan masyarakat yang heterogen serta kegiatan sosial, keagamaan, dan ekonomi yang terus berjalan seiring dengan pertumbuhan Kota Padangsidempuan.

B. Deskripsi Data

Di dalam penelitian ini variabel-variabel penelitian di klasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan BYOND BSI di Kelurahan Losung Batu yaitu sebanyak 96 responden yang terdiri.

Tabel IV.1
Jumlah Responden dari Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	
Laki-laki	Perempuan
44	52
Jumlah	96

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan responden adalah 100 responden, yang terdiri dari 44 responden laki-laki dan 58 yang terdiri dari responden perempuan. Dari tabel diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pengguna aplikasi BYOND BSI dominan perempuan. Selanjutnya adalah jumlah responden berdasarkan usianya:

Tabel IV.2
Jumlah Responden dari Usia

No	Usia	Jumlah
1	20 Tahun – 25 Tahun	46 Responden
2	26 Tahun – 30 Tahun	37 Responden
3	31 Tahun – 35 Tahun	16 Responden
4	36 Tahun – 40 Tahun	13 Responden
Jumlah		96 Responden

Dari tabel diatas dapat kita ketahui bahwa rata-rata usia responden adalah 20 Tahun keatas. Dimana usia 20 tahun sampai 25 tahun

menjadi responden terbesar, sedangkan usia 36 tahun sampai 40 tahun menjadi responden terkecil.

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

a. Teknologi *E-Commerce* (X1)

Validitas suatu alat instrumen diketahui dengan menghitung korelasi antara skor yang diperoleh (hasil uji coba) dan melalui skor yang diperoleh dari alat ukur lain yang telah dibakukan atau diasumsikan memiliki validitas yang tinggi. Perhitungan validitas dapat dilakukan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* yang dikembangkan oleh *Karl Pearson* dan *Rank-Order Correlation* milik *Spearman*.

Teknik yang digunakan untuk menguji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS, dengan cara melihat pada kolom *Corrected ItemTotal Correlation*. Hasil analisis validitas ditujukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Kemudian untuk pengambilan keputusan jika r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan yang diteliti adalah valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X1 (Teknologi *E- Commerce*)

No	Rhitung	R _{tabel} 5% (96)	Keterangan
1	0.474	0.2006	Valid
2	0.479	0.2006	Valid
3	0.505	0.2006	Valid
4	0.623	0.2006	Valid
5	0.311	0.2006	Valid

6	0.500	0.2006	Valid
7	0.436	0.2006	Valid
8	0.486	0.2006	Valid
9	0.357	0.2006	Valid
10	0.500	0.2006	Valid
11	0.726	0.2006	Valid
12	0.407	0.2006	Valid

Dari data diatas diketahui bahwa nilai R_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Teknologi *E-Commerce* 1 sampai 12 nilainya lebih besar dari R_{tabel} atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ Sehingga setiap pertanyaan dalam variabel tersebut dinyatakan valid. Pertanyaan atau pernyataan pada variabel Teknologi *E-Commerce* dapat digunakan untuk penelitian.

b. Kemudahan Penggunaan (X2)

Kemudahan penggunaan adalah tingkat sejauh mana suatu sistem, alat, layanan, atau teknologi dapat digunakan dengan mudah dan dipahami oleh pengguna tanpa memerlukan usaha yang besar atau kemampuan khusus. Berikut ini adalah hasil uji validitas Kemudahan penggunaan:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X2 (Kemudahan Penggunaan)

No	R_{hitung}	R_{tabel} 5% (96)	Keterangan
1	0.709	0.2006	Valid
2	0.729	0.2006	Valid
3	0.594	0.2006	Valid
4	0.596	0.2006	Valid
5	0.539	0.2006	Valid
6	0.664	0.2006	Valid

Dari data diatas diketahui bahwa nilai R_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Kemudahan penggunaan 1 sampai 6 nilainya lebih besar dari R_{tabel} atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ Sehingga setiap pertanyaan dalam variabel tersebut dinyatakan valid. Pertanyaan atau pernyataan pada variabel Kemudahan penggunaan dapat digunakan untuk penelitian.

c. Penggunaan Mobile Banking (Y)

Penggunaan Mobile Banking (Y) adalah aktivitas pemanfaatan layanan perbankan yang dilakukan melalui aplikasi mobile pada perangkat seperti smartphone atau tablet untuk mengakses berbagai transaksi dan informasi keuangan. Berikut ini adalah hasil uji validitas Penggunaan Mobile Banking:

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y (Penggunaan Mobile Banking)

No	R_{hitung}	R_{tabel} 5 % (96)	Keterangan
1	0.772	0.2006	Valid
2	0.671	0.2006	Valid
3	0.695	0.2006	Valid
4	0.799	0.2006	Valid
5	0.772	0.2006	Valid
6	0.783	0.2006	Valid

Dari data diatas diketahui bahwa nilai R_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Penggunaan Mobile Banking 1 sampai 6 nilainya lebih besar dari R_{tabel} atau $R_{hitung} > R_{tabel}$ Sehingga setiap pertanyaan dalam variabel tersebut dinyatakan valid. Pertanyaan atau pernyataan pada variabel Penggunaan Mobile Banking dapat

digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas untuk semua variabel pada penelitian ini diberikan kepada responden sebanyak 96 responden. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.6
Uji Reliabilitas

No	Variabel	R_{xy}	$R_{\text{tabel } 5\% (96)}$	Keterangan
1	Teknologi E-Commerce (X1)	0.988	0.6	Reliabel
2	Kemudahan penggunaan (X2)	0.707	0.6	Reliabel
3	Penggunaan Mobile Banking (Y)	0.731	0.6	Reliabel

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa Variabel dapat dinyatakan reliabel apabila Jika nilai *Cronbach Alpha* pada kuisisioner > 0.6 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel. Data ini didapatkan dengan mengolah data menggunakan Aplikasi SPSS cara mengukurnya dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data tersebut dapat dilakukan melalui 3 cara yaitu menggunakan Uji *Kolmogorof-Smirnov* (Uji K-S), grafik histogram dan kurva penyebaran

P-Plot. Untuk Uji K-S yakni jika nilai hasil Uji K-S > dibandingkan taraf signifikansi 0,05 maka sebaran data tidak menyimpang dari kurva normalnya itu uji normalitas. Sedangkan melalui pola penyebaran *P-Plot* dan grafik histogram, yakni jika pola penyebaran memiliki garis normal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

Tabel IV.7
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80054643
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.045
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.596
Asymp. Sig. (2-tailed)		.869

a. Test distribution is Normal.

Dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai dari signifikansi > 0,05 dan sebaliknya apabila nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual tidak berkontribusi normal, dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov* (Uji K-S) penulis mendapatkan data signifikansi yaitu sebesar 0.869 dengan demikian nilai residual yang telah diolah penulis dinyatakan berdistribusi normal. terjadi heteroskdastisitas.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.8
Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Toleransi	VIF	Keterangan
1	Teknologi E-Commerce (X1)	0.971	1.030	Tidak Terjadi Multikolinearitas
2	Kemudahan penggunaan (X2)	0.971	1.030	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Dasar pengambilan keputusan Uji Multikolinearitas adalah:

- a. Jika dilihat dari nilai toleransi maka apabila nilai toleransi > 0.10 maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas.

Jika dilihat dari nilai VIF maka apabila nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi Multikolinearitas

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya gangguan yang muncul dalam fungsi regresi yaitu ketidaksamaan dari satu pengamatan dengan pengamatan. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas:

Tabel IV.9
Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig	Keterangan
1	Teknologi E-Commerce (X1)	0.617	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2	Kemudahan penggunaan (X2)	0.711	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0.05 yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan aksesibilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0.901 dan 0.025, dimana nilai signifikansi 0.901 dan 0.025 > 0.05 yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Tabel IV.10
Uji F (Simultan)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247.253	2	123.626	37.330	.000 ^a
2	Residual	307.987	93	3.312		
	Total	555.240	95			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Berdasarkan tabel Anova diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $37.330 > 3.09$. Nilai F_{tabel} didapat dari $F_{tabel} = (k : n-k) = (2 : 94) = 3.09$. Jika dilihat dari nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, artinya variabel independen yang terdiri dari variabel Teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.

2. Uji T (Parsial)

Tabel IV.11
Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6.710	3.169		2.117	.037
	Teknologi E-Commerce (X1)	.465	.054	.674	8.595	.000
	Kemudahan Penggunaan (X2)	.176	.075	.184	9.353	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

a. Teknologi *e-commerce* (X1)

H1: Teknologi *e-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.

Hasil analisis yang ditunjukkan tabel t untuk Teknologi *e-commerce* diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 8.595 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t = (\alpha / 2 : n - k - 1)$, $t = (0.025 : 93)$. Sehingga diperoleh hasil dari t_{tabel} adalah 1.98580. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $8.595 > 1.98761$ atau $0.000 < 0.05$ yang artinya H1 diterima. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel Teknologi *e-commerce* dengan penggunaan *mobile banking* BSI.

b. Variabel Kemudahan Penggunaan (X2)

H2: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI.

Hasil analisis yang ditunjukkan tabel t untuk Kemudahan Penggunaan diketahui bahwa t_{hitung} sebesar 9.353 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t = (\alpha / 2 : n - k - 1)$, $t = (0.025 : 93)$. Sehingga diperoleh hasil dari t_{tabel} adalah 1.98580. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $9.353 > 1.98761$ atau $0.000 < 0.05$ yang artinya H_1 diterima. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara variabel Kemudahan Penggunaan dengan penggunaan *mobile banking* BSI.

F. Analisis Regresi Berganda

Tabel IV.12
Analisis Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.710	3.169		2.117	.037
	Teknologi E-Commerce (X1)	.465	.054	.674	8.595	.000
	Kemudahan Penggunaan (X2)	.176	.075	.184	9.353	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 6.710 + 0.465 + 0.176 + 3.169$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta (a) adalah 6.710 menyatakan bahwa Teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan diasumsikan 0, maka penggunaan *mobile banking* BSI nilainya sebesar 6.710 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Teknologi *e-commerce* (β_1) bernilai

sebesar 0.465 dapat diartikan apabila Teknologi *e-commerce* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka penggunaan *mobile banking* BSI mengalami peningkatan sebesar 0.465 satuan dengan nilai $6.710 + 0.465 + 3.169 = 10.344$ dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya pengaruh antara Teknologi *e-commerce* terhadap penggunaan *mobile banking* BSI kearah positif.

3. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan (b_2) bernilai sebesar 0.176 dapat diartikan apabila kemudahan penggunaan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka penggunaan *mobile banking* BSI mengalami peningkatan sebesar 0.176 satuan dengan nilai $6.710 + 0.176 + 3.169 = 10.055$ dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya pengaruh antara kemudahan penggunaan terhadap penggunaan *mobile banking* BSI kearah positif.

G. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Tabel IV.13
Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.433	1.820

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E Commerce (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa Nilai R Square (koefisien determinansi) sebesar 0.445 yang artinya hubungan variabel Independen (X) terhadap variabel Dependen (Y) sebesar 44.5%. Sedangkan sisanya sebesar 55.5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor yang tidak diteliti dalam

penelitian.

H. Hasil Penelitian

1. Pengaruh Teknologi *E-Commerce* Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa Teknologi E-Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI. Hal ini dibuktikan melalui nilai thitung sebesar 8,595 yang lebih besar dibandingkan ttabel sebesar 1,98580, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin berkembang teknologi e-commerce, maka semakin meningkat pula penggunaan mobile banking BSI oleh nasabah. Perkembangan e-commerce mendorong kebutuhan akan sistem pembayaran digital yang cepat, aman, dan mudah, sehingga mobile banking menjadi pilihan utama dalam mendukung transaksi keuangan berbasis digital.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi teknologi e-commerce sebesar 0,465 dan bernilai positif. Artinya, setiap peningkatan satu satuan teknologi e-commerce akan meningkatkan penggunaan mobile banking BSI sebesar 0,465 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap. Koefisien positif ini menegaskan adanya hubungan searah antara teknologi e-commerce dan penggunaan mobile banking. Dalam konteks ini, fitur-fitur teknologi seperti keamanan transaksi, integrasi pembayaran digital, kemudahan akses, dan kecepatan layanan

menjadi faktor penting yang mendorong nasabah untuk lebih aktif menggunakan mobile banking sebagai alat transaksi utama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi dan Nugroho (2020) yang menyatakan bahwa perkembangan teknologi e-commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penggunaan mobile banking di Indonesia. Penelitian tersebut menegaskan bahwa meningkatnya aktivitas belanja online mendorong masyarakat untuk menggunakan mobile banking sebagai sarana pembayaran yang efisien dan praktis⁵⁶. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa teknologi e-commerce secara konsisten menjadi faktor pendorong utama adopsi layanan perbankan digital.

Selanjutnya, penelitian oleh Sari, Lubis, dan Harahap (2021) juga menemukan bahwa kemajuan teknologi digital dan e-commerce memberikan dampak positif terhadap minat dan intensitas penggunaan mobile banking. Mereka menyimpulkan bahwa semakin baik sistem teknologi yang terintegrasi dengan e-commerce, maka semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kenyamanan nasabah dalam menggunakan mobile banking⁵⁷. Temuan ini memperkuat hasil penelitian yang menunjukkan bahwa teknologi e-commerce tidak hanya memengaruhi aspek teknis, tetapi juga membentuk perilaku dan kebiasaan transaksi nasabah.

⁵⁶ Pratiwi, D., & Nugroho, A. (2020). *Pengaruh Perkembangan E-Commerce terhadap Penggunaan Mobile Banking di Indonesia*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 5(2), 112–123

⁵⁷ Sari, R., Lubis, M., & Harahap, I. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Era Digital*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 9(1), 45–58.

Namun demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu, khususnya pada objek penelitian, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam konteks perbankan syariah, penggunaan mobile banking tidak hanya dipengaruhi oleh kecanggihan teknologi e-commerce, tetapi juga oleh kesesuaian layanan dengan prinsip syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman dan Nasution (2022) yang menyatakan bahwa adopsi mobile banking pada bank syariah dipengaruhi oleh faktor teknologi serta keyakinan nasabah terhadap kepatuhan syariah layanan yang diberikan⁵⁸. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan menekankan pentingnya teknologi e-commerce dalam mendukung layanan mobile banking berbasis syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat teori dan temuan empiris sebelumnya bahwa teknologi e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis bagi Bank Syariah Indonesia dalam mengembangkan strategi digitalisasi layanan perbankan guna meningkatkan penggunaan mobile banking di tengah pertumbuhan ekosistem e-commerce yang semakin pesat.

⁵⁸ Rahman, A., & Nasution, L. (2022). *Adopsi Mobile Banking pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Jurnal Perbankan Syariah, 7(3), 201–215

2. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t), diperoleh hasil bahwa Kemudahan Penggunaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 9,353 yang lebih besar dibandingkan ttabel sebesar 1,98580 pada tingkat signifikansi 5 persen, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis kedua (H2) dinyatakan diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah mobile banking BSI digunakan, maka semakin tinggi pula tingkat penggunaan mobile banking oleh nasabah.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan sebesar 0,176 dan bernilai positif. Nilai ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kemudahan penggunaan akan meningkatkan penggunaan mobile banking BSI sebesar 0,176 satuan, dengan asumsi variabel lain dianggap konstan. Koefisien positif ini menunjukkan adanya hubungan searah antara kemudahan penggunaan dan penggunaan mobile banking. Kemudahan penggunaan yang dimaksud meliputi kemudahan dalam memahami fitur aplikasi, kejelasan menu, kemudahan proses transaksi, serta minimnya kendala teknis saat penggunaan, sehingga mendorong nasabah untuk menggunakan mobile banking secara berkelanjutan.

Secara teoritis, temuan ini mendukung konsep *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan suatu teknologi. Ketika nasabah merasa bahwa mobile banking BSI mudah dipelajari dan dioperasikan, maka persepsi positif terhadap teknologi tersebut akan meningkat, yang pada akhirnya mendorong penggunaan mobile banking dalam aktivitas transaksi keuangan sehari-hari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Davis (1989) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. Davis menjelaskan bahwa sistem yang mudah digunakan akan lebih cepat diterima oleh pengguna karena tidak memerlukan usaha yang besar untuk mempelajarinya⁵⁹. Temuan ini memperkuat hasil penelitian bahwa kemudahan penggunaan mobile banking BSI menjadi faktor penting dalam meningkatkan intensitas penggunaannya.

Selain itu, penelitian oleh Putri dan Wahyuni (2020) menemukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan mobile banking. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa aplikasi mobile banking yang sederhana, mudah dipahami, dan memiliki tampilan yang user-friendly akan

⁵⁹ Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.

meningkatkan minat serta loyalitas pengguna⁶⁰. Hasil ini konsisten dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking BSI mendorong nasabah untuk terus memanfaatkan layanan tersebut.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Harahap dan Siregar (2021) juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking pada perbankan syariah. Mereka menegaskan bahwa nasabah bank syariah cenderung lebih menerima teknologi digital apabila sistem tersebut mudah digunakan dan tidak menyulitkan dalam proses transaksi⁶¹. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks perbankan syariah, kemudahan penggunaan menjadi faktor krusial selain aspek kepatuhan terhadap prinsip syariah.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya memperkuat temuan penelitian terdahulu, tetapi juga memberikan bukti empiris bahwa kemudahan penggunaan merupakan salah satu determinan utama dalam meningkatkan penggunaan mobile banking BSI. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pihak Bank Syariah Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas antarmuka, kesederhanaan fitur, serta kenyamanan penggunaan aplikasi mobile banking agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.

⁶⁰ Putri, A. R., & Wahyuni, S. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Manajemen Perbankan, 6(2), 87–98.

⁶¹ Harahap, I., & Siregar, R. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(1), 55–69.

3. Pengaruh Teknologi *E-Commerce* dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* BSI

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan menggunakan uji F, diperoleh hasil bahwa Teknologi E-Commerce (X1) dan Kemudahan Penggunaan (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Mobile Banking BSI (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai Fhitung sebesar 37,330, yang lebih besar dibandingkan dengan Ftabel sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI dinyatakan diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemajuan teknologi *e-commerce* dan tingkat kemudahan penggunaan aplikasi memiliki peran penting dalam mendorong nasabah untuk menggunakan *mobile banking* BSI secara aktif.

Hasil analisis regresi berganda semakin memperkuat temuan tersebut. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 6,710 + 0,465X_1 + 0,176X_2$, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan kontribusi positif terhadap penggunaan mobile banking BSI. Nilai konstanta sebesar 6,710 menunjukkan bahwa apabila teknologi *e-commerce* dan kemudahan penggunaan dianggap bernilai nol, maka tingkat penggunaan mobile banking BSI berada pada angka 6,710 satuan. Sementara itu, koefisien regresi teknologi e-commerce sebesar 0,465

menunjukkan bahwa peningkatan teknologi e-commerce memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kemudahan penggunaan, meskipun keduanya sama-sama memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

Secara simultan, temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan mobile banking BSI tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan oleh kombinasi antara kecanggihan teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan aplikasi. Nasabah akan lebih terdorong menggunakan mobile banking apabila sistem teknologi yang mendukung transaksi digital berkembang dengan baik dan diiringi dengan kemudahan dalam pengoperasian aplikasi. Dengan kata lain, keberhasilan adopsi mobile banking BSI sangat bergantung pada sinergi antara aspek teknologi dan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Venkatesh dan Davis (2000) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi dipengaruhi secara simultan oleh faktor teknologi dan kemudahan penggunaan. Mereka menegaskan bahwa integrasi sistem teknologi yang baik dan kemudahan dalam penggunaannya akan meningkatkan tingkat penerimaan dan penggunaan suatu sistem digital.⁶² Hal ini selaras dengan temuan penelitian bahwa teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan secara bersama-sama memengaruhi penggunaan mobile banking BSI.

⁶² Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. *Management Science*, 46(2), 186–204.

Penelitian lain oleh Pratiwi, Nugroho, dan Sari (2021) juga menemukan bahwa perkembangan e-commerce dan persepsi kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile banking di Indonesia. Mereka menyimpulkan bahwa nasabah cenderung menggunakan mobile banking apabila layanan tersebut mampu mendukung transaksi e-commerce sekaligus mudah digunakan dalam aktivitas sehari-hari⁶³. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh simultan kedua variabel tersebut bersifat konsisten pada berbagai konteks perbankan.

Namun, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitian, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam konteks perbankan syariah, faktor teknologi dan kemudahan penggunaan tidak hanya berfungsi sebagai pendorong efisiensi transaksi, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan syariah. Hal ini sejalan dengan penelitian Rahman dan Nasution (2022) yang menyatakan bahwa adopsi mobile banking pada bank syariah dipengaruhi secara simultan oleh faktor teknologi, kemudahan penggunaan, serta kesesuaian layanan dengan prinsip syariah⁶⁴. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperluas temuan sebelumnya dengan memberikan bukti empiris pada sektor perbankan

⁶³ Pratiwi, D., Nugroho, A., & Sari, R. (2021). *Pengaruh Teknologi E-Commerce dan Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking*. Jurnal Ekonomi Digital, 7(1), 33–45.

⁶⁴ Rahman, A., & Nasution, L. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Perbankan Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah Indonesia, 9(2), 145–160.

syariah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan secara simultan merupakan faktor kunci dalam meningkatkan penggunaan mobile banking BSI. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pihak Bank Syariah Indonesia untuk terus mengembangkan teknologi digital yang terintegrasi dengan e-commerce serta meningkatkan kemudahan penggunaan aplikasi mobile banking guna mendorong peningkatan penggunaan layanan secara berkelanjutan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan terhadap penggunaan mobile banking BSI, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Teknologi e-commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

Hal ini dibuktikan dengan nilai *thitung* sebesar 8,595 yang lebih besar dari *ttabel* sebesar 1,98580 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,465 menunjukkan bahwa semakin berkembang teknologi e-commerce, maka semakin meningkat pula penggunaan mobile banking BSI. Dengan demikian, teknologi e-commerce berperan penting dalam mendorong nasabah untuk memanfaatkan mobile banking sebagai sarana transaksi keuangan digital.

2. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

Hal ini ditunjukkan oleh nilai *thitung* sebesar 9,353 yang lebih besar dari *ttabel* sebesar 1,98580 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien regresi sebesar 0,176 yang bernilai positif menunjukkan bahwa semakin mudah aplikasi mobile banking BSI digunakan, maka semakin tinggi tingkat penggunaan mobile banking oleh nasabah.

Kemudahan dalam memahami fitur, proses transaksi yang sederhana, serta kenyamanan penggunaan menjadi faktor penting dalam meningkatkan penggunaan mobile banking BSI.

3. Teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI.

Hasil uji F menunjukkan nilai *Fhitung* sebesar 37,330 yang lebih besar dari *Ftabel* sebesar 3,09 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan mobile banking BSI. Selain itu, nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,445 menunjukkan bahwa sebesar 44,5% variasi penggunaan mobile banking BSI dapat dijelaskan oleh teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan, sedangkan sisanya sebesar 55,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka implikasi penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini memperkuat teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan serta dukungan teknologi yang memadai. Penelitian ini memberikan bukti

empiris bahwa teknologi e-commerce dan kemudahan penggunaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan penggunaan mobile banking, khususnya pada perbankan syariah seperti Bank Syariah Indonesia.

2. Implikasi Praktis

Bagi pihak Bank Syariah Indonesia, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pengembangan layanan digital. Peningkatan kualitas teknologi e-commerce yang terintegrasi dengan mobile banking serta perbaikan kemudahan penggunaan aplikasi diharapkan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, sekaligus mendorong peningkatan penggunaan mobile banking BSI secara berkelanjutan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian di atas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

BSI diharapkan dapat terus mengembangkan teknologi e-commerce yang terintegrasi dengan mobile banking, meningkatkan keamanan transaksi, serta memperbaiki tampilan dan fitur aplikasi agar semakin mudah digunakan oleh seluruh lapisan nasabah. Hal ini penting untuk meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan intensitas penggunaan mobile banking.

2. Bagi Nasabah

Nasabah diharapkan dapat memanfaatkan layanan mobile banking BSI secara optimal sebagai sarana transaksi keuangan yang praktis, aman, dan efisien, terutama dalam mendukung aktivitas transaksi e-commerce.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini, seperti kepercayaan, keamanan, kualitas layanan, atau persepsi risiko, serta memperluas objek dan jumlah responden agar hasil penelitian lebih komprehensif dan generalisasi temuan menjadi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidimpuan 19 Desember 2025 pukul 12.05 WIB)
- Annmarie Hanlon, *Digital Marketing: Strategic Planning & Integration* (London: SAGE Publications, 2019).
- Antoni & Lukman, "Kemudahan Penggunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 2024.
- Arimuddin Abdullah and Dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2021).
- Aris Eddy Sarwono dan Asih Handayani, *Metode Kuantitatif* (Surakarta: UNISRI Press, 2021).
- Audy *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidimpuan 19 Desember 2025 pukul 11.20 WIB)
- Binus University, "Jenis-Jenis E-Commerce". (Diakses pada tanggal 11 April 2025 Pukul 15.31 WIB). <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2020/10/jenis-jenis-e-commerce/>.
- Boedi Abdullah Dan dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamalah*, (Yogyakarta, 2014), h. 215.
- Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2017), hlm 83.
- Budi Sutedjo Dharma Oetomo, et al, "i-CRM Membina Relasi dengan Pelanggan.Com" (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2003), h. 21
- Dave Chaffey, Tanya Hemphill, *Digital Business and E-Commerce Management* (8th ed.; London: Pearson, 2023). Hlm. 67.
- Davis Source, F, D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, 2010.
- Davis Source, F, D, *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*, MIS Quarterly, Vol. 13, No. 3, 2008: pp. 982-1003."

- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, 13(3), 319–340.
- Depdiknas RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002) hal. 852
- Echo Perdana K, *Olah Data Skripsi Dengan SPSS22*, (Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen Feubb, 2016), hlm. 47
- Erwin S. E. dkk., *Transformasi Digital* (Jambi: Sonpedia Publishing, 2023), hlm 13.
- A. Harmayani dkk., *E-Commerce: Suatu Pengantar Bisnis Digital* (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020)
- Harahap, I., & Siregar, R. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Bank Syariah*. Jurnal Ekonomi Syariah, 8(1), 55–69.
- Hutabarat, *Mobile Banking Security Based WAP*,
 anakkebo.wordpress.com/.../mobile-banking-security-analysis-based-wapronald-m-hutabarat-113040275/ (Diakses pada tanggal 20 Desember 2025)
- Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama).
- Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: UndipPress, 2009), hlm. 100.
- Inggri Septianie, Mariati Tirta Wiyata, “Pengaruh Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Secara Online Pada Platform E-Commerce Lazada Indonesia.” *Winter Journal*, Vol.1 No.1 (Agustus, 2020). hlm 75.
- Jogiyanto, *Konsep Dasar Sistem Informasi*, (Tinggi Darul Ulum Jombang: ANDI, 2017), 115-129
- Kenneth C. Laudon & Carol G. Traver, *E-Commerce* (Global Edition, 2020).
- Laudon dan Laudon, “Implementation of E-Commerce as an Online Sales Medium (Case Study at a Factory Shop in Malang City.,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 29, no. 1 (2008): 1–9.
- Marinu Waruwu, "Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian

Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, No. 1 (2023): 2896-2910.

Masfi Sya'fiatul Ummah, *Ragam Analisis Data Penelitian, Sustainability* (Switzerland), vol.11, 2020

Misbahuddin dan Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta (Bumi Aksara, 2013).

Mitzy & Rakhmawati, "Implikasi Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Keuangan Nasabah di Era Digital," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 2022.

Nasution dkk., "Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *JESYA*, 2025.

Nasution, *Perceived Of Use Sistem Informasi Manajemen*, (Jakarta: Sanjaya, 2018).

Novri *Pengguna BYOND BSI*, (Padangsidimpuan 19 Desember 2025 pukul 09.45 WIB)

Nugroho, Y. *Inovasi Teknologi dan Dampaknya pada Perdagangan Elektronik di Indonesia*. (Bandung: Alfabeta, 2019).

Nur Kholis " *Perbankan Dalam Era Baru Digital*" *Jurnal Ekonomi*, Vol. 12, No. 1, Juli2020, hlm. 81.

Nurdin, dkk., *Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)*, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* Vol. 2 1 Tahun 2020.

Nurfian S Febriani dan Weda Asmara Dewi Wayan, *Teori dan Praktis Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*, (Malang: UB Press, 2018), hlm. 72.

Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Pengembangan Perbankan Syariah Indonesia*, 2020.

P. Losavio & F. Zamboni, *Electronic Commerce* (Cham: Springer, 2018).

Pratiwi, D., & Nugroho, A. (2020). *Pengaruh Perkembangan E-Commerce terhadap Penggunaan Mobile Banking di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112–123.

- Putri, A. R., & Wahyuni, S. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking*. Jurnal Manajemen Perbankan, 6(2), 87–98.
- Rahman, A., & Nasution, L. (2022). *Adopsi Mobile Banking pada Perbankan Syariah di Indonesia*. Jurnal Perbankan Syariah, 7(3), 201–215.
- Rahman, A., & Nasution, L. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Perbankan Syariah*. Jurnal Perbankan Syariah Indonesia, 9(2), 145–160.
- Karimuddin Abdullah S.HI. M.A. CIQnR Misbahul Jannah M.Pd. Ph.D.Ummul Aiman et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Bandung: Literasi Media Publishing, 2022).
- Santosa, H., & Jannah, N. *Internet of Things (IoT) dan Pengaruhnya terhadap E-commerce di Indonesia*. (Jakarta: Salemba Empat, 2021).
- Sari, R., Lubis, M., & Harahap, I. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Mobile Banking pada Era Digital*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 9(1), 45–58.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2021).
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), hlm. 82.
- Surajiyo, nasruddin, dan Herman Paleni, *Penelitian Sumber Daya Manusia, Pengertian, Teori dan Aplikasi (Menggunakan IBM SPSS 22 For Windows)* (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2020), hlm. 77
- Utami, R. *Inovasi Teknologi dalam Layanan Pelanggan E-commerce di Indonesia*. (Surabaya: Penerbit Indeks, 2020).
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). *A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*. Management Science, 46(2), 186–204.
- Widjana Mahardika Aditya, *Determinan Faktor Penerimaan terhadap Internet Banking pada Nasabah Bank di Surabaya*, (Surabaya: Rajawali, 2016), hlm. 101

Widodo & Ariandi, “Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Mobile Banking,” *Jurnal Bisnis Digital* (2023).

Yolanda Pengguna *BYOND BSI*, (Padangsidimpuan 19 Desember 2025 pukul 17.30 WIB)

Yuni Nustini, dkk, *Inovasi Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Industri Perbankan Studi Terhadap Penggunaan Mobile Banking*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2020), Cet. 1

LAMPIRAN I : DATA PENELITIAN

Teknologi E-Commerce (X1)														
No	Nama	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	HF	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	52
2	RH	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	3	4	50
3	WD	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	50
4	MW	3	3	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	46
5	BR	5	5	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	50
6	SA	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	49
7	NZ	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	49
8	RR	4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	44
9	DI	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	3	44
10	TA	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	50
11	MFG	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
12	SE	4	5	5	4	5	5	3	3	3	5	5	5	52
13	TM	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	44
14	IAP	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	51
15	EF	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	3	5	49
16	RS	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	52
17	HM	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	56
18	KS	3	4	4	3	3	5	5	3	3	5	4	5	47
19	BS	4	5	5	3	3	5	3	5	4	5	3	5	50
20	WY	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	53
21	MM	4	5	3	4	4	5	5	5	3	5	3	4	50
22	MR	5	3	5	3	3	4	5	5	4	4	5	3	49
23	NS	4	4	4	3	3	5	4	4	3	5	4	5	48
24	DU	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	52
25	DF	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	51
26	RA	4	5	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	45
27	YR	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	5	53
28	ZR	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	57
29	SR	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	57
30	GP	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	54
31	AU	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	55
32	PH	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
33	RM	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	49
34	RHY	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	3	51
35	BR	4	3	4	3	4	5	4	5	3	5	4	3	47
36	BF	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	56
37	GD	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	52
38	HJ	3	4	3	5	3	5	5	5	4	5	5	3	50
39	BK	4	4	3	3	3	5	5	5	3	5	4	3	47

40	HH	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	3	4	51
41	JI	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	5	54
42	LK	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	58
43	PO	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	57
44	VA	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	55
45	SL	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	57
46	SD	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	56
47	RS	4	5	3	5	5	4	4	5	3	4	4	5	51
48	RR	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	55
49	HJI	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	3	4	52
50	DRP	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	55
51	RSP	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	55
52	SMH	4	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	50
53	AAP	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	57
54	RFA	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	57
55	FN	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	56
56	AP	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	49
57	CSA	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	5	51
58	SPN	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	48
59	MBKJ	4	5	4	4	5	3	3	4	4	3	3	5	47
60	NTWT	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	57
61	RJR	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	52
62	CAN	5	5	4	4	5	3	3	3	4	3	5	5	49
63	RM	5	4	5	5	5	3	4	5	3	3	4	5	51
64	PN	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	55
65	NMWZ	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	57
66	MTPL	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	59
67	AJ	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	58
68	ESM	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	56
69	JT	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	54
70	RDA	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	57
71	L	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	3	5	53
72	DA	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	54
73	DF	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	55
74	AN	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	56
75	ALS	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	54
76	YNS	5	5	5	5	5	3	5	3	4	3	5	5	53
77	IAP	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	51
78	LZP	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	54
79	FH	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	51
80	AZA	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	5	4	49
81	MIA	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	50
82	CM	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	56
83	CCCS	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	51
84	DOT	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	53

85	RH	3	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	53
86	MS	4	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	48
87	ASN	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	53
88	JBB	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	50
89	SHH	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	55
90	SRS	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	52
91	EM	4	3	3	3	5	5	4	4	5	5	3	3	47
92	LSH	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	49
93	RPAS	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	54
94	NH	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	54
95	DDR	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	53
96	KAP	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	51

Kemudahan Penggunaan (X2)								
No	Nama	1	2	3	4	5	6	Jumlah
1	HF	5	4	5	4	5		28
2	RH	5	5	5	3	5		28
3	WD	5	5	5	4	4		28
4	MW	5	3	4	3	5		23
5	BR	5	5	5	5	5		29
6	SA	4	4	4	4	4		24
7	NZ	4	5	4	3	3		24
8	RR	3	3	4	4	4		21
9	DI	4	5	4	4	5		26
10	TA	5	5	5	5	5		30
11	MFG	5	5	5	4	4		27
12	SE	4	4	5	5	5	5	28
13	TM	4	5	4	5	4	4	26
14	IAP	5	5	4	5	4	3	26
15	EF	5	5	5	4	5	4	28
16	RS	5	5	4	3	5	4	26
17	HM	4	4	4	4	4	4	24
18	KS	4	4	5	4	5	5	27
19	BS	5	5	4	4	5	4	27
20	WY	5	5	4	3	5	5	27
21	MM	4	5	5	4	5	5	28
22	MR	5	5	4	4	5		27
23	NS	4	4	5	5	5		27
24	DU	4	5	5	5	4		27
25	DF	5	5	4	5	5		29
26	RA	5	5	5	5	5	5	30
27	YR	5	5	4	5	3	5	27

28	ZR	5	5	5	5	5	4	29
29	SR	5	4	4	5	4	5	27
30	GP	5	4	4	5	5	4	27
31	AU	5	5	5	5	3	4	27
32	PH	5	5	5	4	5	5	29
33	RM	4	4	4	5	5	4	26
34	RHY	3	4	3	5	5	5	25
35	BR	4	4	3	5	4	3	23
36	BF	4	4	3	5	5	5	26
37	GD	5	5	4	5	5	5	29
38	HJ	5	5	5	5	5	4	29
39	BK	5	5	5	5	5	5	30
40	HH	5	5	5	5	4	5	29
41	JI	5	5	5	5	4		29
42	LK	5	5	5	4	5		29
43	PO	4	5	3	5	5		27
44	VA	5	5	5	5	5		29
45	SL	5	4	5	5	3		27
46	SD	4	4	4	5	4		26
47	RS	5	5	4	5	5		28
48	RR	4	3	3	4	5		22
49	HJI	5	5	5	5	4		28
50	DRP	5	5	5	5	5		30
51	RSP	4	4	5	4	4		26
52	SMH	4	4	4	3	4		23
53	AAP	4	5	5	4	4		27
54	RFA	5	5	5	5	4		28
55	FN	4	5	4	5	4		26
56	AP	5	4	5	4	5	5	28
57	CSA	5	5	4	5	5	5	29
58	SPN	5	5	4	4	4	4	26
59	MBKJ	5	4	5	4	5	5	28
60	NTWT	5	5	5	5	5	5	30
61	RJR	5	5	5	5	5	5	30
62	CAN	5	5	5	5	5	5	30
63	RM	5	4	5	5	5	5	29
64	PN	4	4	4	5	4	5	26
65	NMWZ	4	5	5	5	5	5	29
66	MTPL	5	5	5	5	5		30
67	AJ	5	5	4	5	4		28
68	ESM	4	4	4	5	4		26
69	JT	4	5	5	4	5	4	27
70	RDA	5	5	5	5	5	5	30
71	L	5	4	5	5	5	5	29
72	DA	5	5	5	5	5	5	30

73	DF	5	5	5	5	5	5	30
74	AN	5	5	5	5	5	5	30
75	ALS	5	5	5	5	4	5	29
76	YNS	5	4	5	3	4	5	26
77	IAP	4	4	5	4	4	5	26
78	LZP	4	4	4	4	5	4	25
79	FH	4	4	4	3	4	4	23
80	AZA	3	3	4	4	4	4	22
81	MIA	3	3	3	3	4	3	19
82	CM	4	5	5	4	4	5	27
83	CCCS	4	4	4	4	4	4	24
84	DOT	3	3	5	4	4		22
85	RH	4	4	4	4	4		23
86	MS	5	4	4	4	5		27
87	ASN	5	5	5	4	4		26
88	JBB	5	5	3	5	4		26
89	SHH	5	3	5	3	4		23
90	SRS	4	3	4	5	3		24
91	EM	5	5	5	5	5		30
92	LSH	5	4	5	3	3		25
93	RPAS	3	3	4	3	3		19
94	NH	5	4	5	5	5		29
95	DDR	4	4	4	4	4		25
96	KAP	5	5	4	3	3		24

Penggunaan Mobile Banking (Y)								
No	Nama	1	2	3	4	5	6	Jumlah
1	HF	5	4	5	3	5	4	26
2	RH	5	5	5	4	5	3	27
3	WD	5	4	5	4	5	4	27
4	MW	4	4	5	3	4	3	23
5	BR	5	4	4	4	5	3	25
6	SA	4	4	4	3	4		23
7	NZ	4	4	3	4	4		24
8	RR	3	4	3	4	3		21
9	DI	3	4	3	4	3		22
10	TA	5	5	5	4	5	4	28
11	MFG	4	4	4	4	4	4	24
12	SE	5	3	3	3	5	5	24
13	TM	3	3	3	4	3	4	20
14	IAP	5	4	4	5	5	3	26
15	EF	5	4	5	4	5	3	26
16	RS	4	5	5	4	4	4	26

17	HM	5	5	5	5	5	4	29
18	KS	5	5	3	3	5	4	25
19	BS	5	3	5	4	5	3	25
20	WY	5	4	5	4	5	4	27
21	MM	5	5	5	3	5	3	26
22	MR	4	5	5	4	4	5	27
23	NS	5	4	4	3	5	4	25
24	DU	5	5	5	5	5	4	29
25	DF	4	4	5	4	4		26
26	RA	3	4	3	3	3		20
27	YR	4	4	5	4	4		24
28	ZR	5	4	5	4	5		27
29	SR	5	4	5	5	5		28
30	GP	4	5	5	4	4		26
31	AU	5	5	5	5	5		29
32	PH	4	4	4	5	4		25
33	RM	4	5	5	5	4		26
34	RHY	5	5	5	4	5		29
35	BR	5	4	5	3	5		26
36	BF	4	5	5	4	4		26
37	GD	5	5	5	4	5		28
38	HJ	5	5	5	4	5		29
39	BK	5	5	5	3	5		27
40	HH	5	5	5	4	5	3	27
41	JI	5	5	4	4	5	3	26
42	LK	5	5	5	5	5	4	29
43	PO	5	4	4	5	5	4	27
44	VA	5	4	5	3	5	5	27
45	SL	5	5	5	4	5	5	29
46	SD	5	4	5	4	5	4	27
47	RS	4	4	5	3	4	4	24
48	RR	5	5	5	3	5	3	26
49	HJI	5	4	5	3	5	3	25
50	DRP	5	5	5	4	5		28
51	RSP	5	5	5	4	5		28
52	SMH	5	5	5	5	5		30
53	AAP	5	5	5	5	5	4	29
54	RFA	5	5	5	5	5	3	28
55	FN	5	5	4	5	5	5	29
56	AP	4	4	4	3	4	4	23
57	CSA	4	3	3	4	4	4	22
58	SPN	4	3	3	3	4	4	21
59	MBKJ	3	3	4	4	3	3	20
60	NTWT	5	5	5	4	5	4	28
61	RJR	4	4	4	3	4	5	24

62	CAN	3	3	3	4	3	5	21
63	RM	3	4	5	3	3	4	22
64	PN	5	4	4	3	5	4	25
65	NMWZ	5	5	5	4	5	3	27
66	MTPL	5	5	5	5	5	4	29
67	AJ	5	5	5	5	5	5	30
68	ESM	5	5	5	5	5		29
69	JT	5	5	5	4	5		27
70	RDA	5	5	5	5	5		28
71	L	3	5	5	5	3		24
72	DA	5	5	5	4	5		28
73	DF	5	4	5	5	5		28
74	AN	4	5	4	5	4		26
75	ALS	5	4	4	5	5		26
76	YNS	3	5	3	4	3		23
77	IAP	5	4	4	4	5		26
78	LZP	5	5	5	4	5		27
79	FH	4	5	4	5	4		27
80	AZA	5	4	5	5	5		29
81	MIA	4	5	4	5	4		26
82	CM	5	5	5	4	5		28
83	CCCS	4	5	5	5	4	3	26
84	DOT	5	4	5	4	5	5	28
85	RH	4	5	5	5	4	5	28
86	MS	4	5	4	4	4	4	25
87	ASN	5	5	5	4	5	4	28
88	JBB	5	4	4	5	5	4	27
89	SHH	5	5	5	4	5	5	29
90	SRS	5	4	5	5	5	3	27
91	EM	5	4	4	5	5	3	26
92	LSH	4	4	4	4	4	3	23
93	RPAS	5	5	5	4	5		29
94	NH	5	5	4	5	5		28
95	DDR	5	5	5	5	5		29
96	KAP	4	5	5	5	4	5	28

LAMPIRAN II: DATA SPSS

Uji Validitas dan Reliabilitas Teknologi E-Commerce (X1)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=X1_1  X1_2  X1_3  X1_4  X1_5  X1_6  X1_7  X1_8  X1_9  X1_10  X1_11  X1_12
JUMLAH_X1/PRINT=TWOTAIL NOSIG/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:22:51
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS/VARIABLES=X1_1 X1_2 X1_3 X1_4 X1_5 X1_6 X1_7 X1_8 X1_9 X1_10 X1_11 X1_12 JUMLAH_X1 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.004

[DataSet0]

Correlations

[illegible]

X1_4	Pearson Correlation	.384**	.323**	.307**	1	.362**	.016	.161	.151	.136	.016	-.046	.324**	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.002		.000	.874	.117	.141	.186	.874	.653	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_5	Pearson Correlation	.310**	.221*	.117	.362**	1	-.148	-.069	-.055	.021	-.148	-.129	.165	.311**
	Sig. (2-tailed)	.002	.030	.256	.000		.150	.502	.595	.838	.150	.209	.109	.002
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_6	Pearson Correlation	-.076	.018	.045	.016	-.148	1	.295**	.499**	.128	1.000**	-.121	-.035	.500**
	Sig. (2-tailed)	.463	.865	.667	.874	.150		.004	.000	.212	.000	.241	.738	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_7	Pearson Correlation	.000	-.050	-.104	.161	-.069	.295**	1	.495**	.325**	.295**	.033	-.084	.436**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.628	.312	.117	.502	.004		.000	.001	.004	.752	.414	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_8	Pearson Correlation	-.061	.010	.012	.151	-.055	.499**	.495**	1	.170	.499**	-.160	-.036	.486**
	Sig. (2-tailed)	.554	.923	.908	.141	.595	.000	.000		.097	.000	.120	.728	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_9	Pearson Correlation	-.027	-.154	.104	.136	.021	.128	.325**	.170	1	.128	-.012	-.011	.357**
	Sig. (2-tailed)	.795	.134	.312	.186	.838	.212	.001	.097		.212	.905	.917	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_10	Pearson Correlation	-.076	.018	.045	.016	-.148	1.000**	.295**	.499**	.128	1	-.121	-.035	.500**
	Sig. (2-tailed)	.463	.865	.667	.874	.150	.000	.004	.000	.212		.241	.738	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_11	Pearson Correlation	-.116	-.084	.000	-.046	-.129	-.121	.033	-.160	-.012	-.121	1	-.134	.726**
	Sig. (2-tailed)	.262	.416	.995	.653	.209	.241	.752	.120	.905	.241		.193	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
X1_12	Pearson Correlation	.263**	.335**	.224*	.324**	.165	-.035	-.084	-.036	-.011	-.035	-.134	1	.407**
	Sig. (2-tailed)	.010	.001	.028	.001	.109	.738	.414	.728	.917	.738	.193		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
JUM LAH_X1	Pearson Correlation	.474**	.479**	.505**	.623**	.311**	.500**	.436**	.486**	.357**	.500**	.026	.407**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.801	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

RELIABILITY
/VARIABLES=X1_1 X1_2 X1_3 X1_4 X1_5 X1_6 X1_7 X1_8 X1_9 X1_10 X1_11 X1_12/SCALE('ALL VARIABLES')
ALL/MODEL=ALPHA.

Reliability

Notes		
Output Created	22-Dec-2025 15:23:14	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY/VARIABLES=X1_1 X1_2 X1_3 X1_4 X1_5 X1_6 X1_7 X1_8 X1_9 X1_10 X1_11 X1_12 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.988	12

Uji Validitas dan Reliabilitas Kemudahan Penggunaan (X2)

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2_1 X2_2 X2_3 X2_4 X2_5 X2_6 JUMLAHX2/PRINT=TWOTAIL NOSIG/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:24:35
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X2_1 X2_2 X2_3 X2_4 X2_5 X2_6 JUMLAHX2 /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.016
	Elapsed Time	00:00:00.000

[DataSet0]

Correlations							
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6 JUMLAHX2
X2_1	Pearson Correlation	1	.570**	.424**	.211*	.257*	.314**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.039	.011	.002
	N	96	96	96	96	96	96
X2_2	Pearson Correlation	.570**	1	.312**	.337**	.230*	.351**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2_3	Pearson Correlation	.424**	.312**	1	.109		.332**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.289	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2_4	Pearson Correlation	.211*	.337**	.109	1		.306**
	Sig. (2-tailed)	.039	.001	.289		.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2_5	Pearson Correlation	.257*	.230*	.151	.238*		.205*
	Sig. (2-tailed)	.011	.024	.143	.019	.045	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2_6	Pearson Correlation	.314**	.351**	.332**	.306**		1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.001	.002		.000

N		96	96	96	96	96	96	96
JUM LAH X2	Pearson Correlation	.709**	.729**	.594**	.596**	96	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96

**.

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

*.

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

RELIABILITY
/VARIABLES=X2_1 X2_2 X2_3 X2_4 X2_5 X2_6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA.

Reliability

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:24:54
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X2_1 X2_2 X2_3 X2_4 X2_5 X2_6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary		
	N	%
Cases		
Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

a.

 Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.707	6

Uji Validitas dan Reliabilitas Penggunaan Mobile Banking (Y)

CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 JUMLAH_Y/PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 16:55:16
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 JUMLAH_Y /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.063
	Elapsed Time	00:00:00.023

[DataSet0]

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	JUMLAH_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.295**	.499**	.128	1.000**	-.121	.772**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.212	.000	.241	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.295**	1	.495**	.325**	.295**	.033	.671**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.001	.004	.752	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.499**	.495**	1	.170	.499**	-.160	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.097	.000	.120	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.128	.325**	.170	1	.128	-.012	.499**
	Sig. (2-tailed)	.212	.001	.097		.212	.905	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.295**	.499**	.128	1	-.121	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.212		.241	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	-.121	.033	-.160	-.012	-.121	1	.783**

	Sig. (2-tailed)	.241	.752	.120	.905	.241		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
JUM LAH _Y	Pearson Correlation	.772**	.671**	.695**	.499**	.772**	.183	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.074	
	N	96	96	96	96	96	96	96

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	JUMLAH_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.295**	.499**	.128	1.000**	-.121	.772**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.212	.000	.241	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y2	Pearson Correlation	.295**	1	.495**	.325**	.295**	.033	.671**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.001	.004	.752	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y3	Pearson Correlation	.499**	.495**	1	.170	.499**	-.160	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.097	.000	.120	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y4	Pearson Correlation	.128	.325**	.170	1	.128	-.012	.499**
	Sig. (2-tailed)	.212	.001	.097		.212	.905	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y5	Pearson Correlation	1.000**	.295**	.499**	.128	1	-.121	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.212		.241	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
Y6	Pearson Correlation	-.121	.033	-.160	-.012	-.121	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.241	.752	.120	.905	.241		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
JUMLAH_Y	Pearson Correlation	.772**	.671**	.695**	.499**	.772**	.183	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.074	
	N	96	96	96	96	96	96	96

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

RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6/SCALE('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA.

Reliability

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 16:55:28
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.004

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	6

Uji Aumsi Klasik

Uji Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas

NPART TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:32:49
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPART TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.016
	Elapsed Time	00:00:00.016
	Number of Cases Allowed ^a	196608

a. Based on availability of workspace memory.

[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80054643
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.045
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.596
Asymp. Sig. (2-tailed)		.869

a. Test distribution is Normal.

REGRESSION

/MISSING LISTWISE/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL/CRITERIA=PIN(.05)
POUT(.10)/NOORIGIN/DEPENDENT Y/METHOD=ENTER X1 X2.

Regression

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:33:11
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.000
	Memory Required	1644 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.433	1.820

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	247.253	2	123.626	37.330	.000 ^a
Residual	307.987	93	3.312		
Total	555.240	95			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.710	3.169		2.117	.037
Teknologi E-Commerce (X1)	.465	.054	.674	8.595	.000
Kemudahan Penggunaan (X2)	-.176	.075	-.184	-2.353	.021

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.710	3.169		2.117	.037
Teknologi E-Commerce (X1)	.465	.054	.674	8.595	.000
Kemudahan Penggunaan (X2)	-.176	.075	-.184	-2.353	.021

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Teknologi E-Commerce (X1)	Kemudahan Penggunaan (X2)
1	1	2.992	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	22.330	.04	.20	.92
	3	.002	37.599	.96	.80	.08

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

COMPUTE ABS_RES=ABS(RES_1).

EXECUTE.

REGRESSION/MISSING LISTWISE/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL/CRITERIA=PIN(.05)
POUT(.10)/NOORIGIN/DEPENDENT ABS_RES/METHOD=ENTER X1 X2.

Regression

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:37:57
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_RES /METHOD=ENTER X1 X2.
Resources	Processor Time	00:00:00.000
	Elapsed Time	00:00:00.011
	Memory Required	1668 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABS_RES

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.424 ^a	.180	.162	.99973

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.396	2	10.198	10.203	.000 ^a
	Residual	92.951	93	.999		
	Total	113.346	95			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

b. Dependent Variable: ABS_RES

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.956	1.741	3.995	.000			
	Teknologi E-Commerce (X1)	-.133	.030	-.428	-4.488	.617	.971	1.030
	Kemudahan Penggunaan (X2)	.053	.041	.122	1.281	.711	.971	1.030

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Teknologi E-Commerce (X1)	Kemudahan Penggunaan (X2)
1	1	2.992	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	22.330	.04	.20	.92
	3	.002	37.599	.96	.80	.08

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Hipotesis

REGRESSION

/MISSING LISTWISE/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA/CRITERIA=PIN(.05)
POUT(.10)/NOORIGIN/DEPENDENT Y/METHOD=ENTER X1 X2/SAVE RESID.

Regression

Notes		
Output Created		22-Dec-2025 15:31:23
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	96
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X1 X2 /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:00.032
	Elapsed Time	00:00:00.019
	Memory Required	1636 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1) ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 ^a	.445	.433	1.820

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	247.253	2	123.626	37.330	.000 ^a
Residual	307.987	93	3.312		
Total	555.240	95			

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Penggunaan (X2), Teknologi E-Commerce (X1)

b. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.710	3.169		2.117	.037
Teknologi E-Commerce (X1)	.465	.054	.674	8.595	.000
Kemudahan Penggunaan (X2)	.176	.075	.184	9.353	.000

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	22.36	28.87	26.20	1.613	96
Residual	-3.788	4.136	.000	1.801	96
Std. Predicted Value	-2.377	1.659	.000	1.000	96
Std. Residual	-2.081	2.273	.000	.989	96

a. Dependent Variable: Penggunaan Mobile Banking (Y)