

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, *TRUST*, KEAMANAN
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN *MOBILE BANKING* DI BANK BSI KCP KENCONG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

NINDI ELI SAFITRI
NIM: E20181081

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
November 2022**

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, *TRUST*, KEAMANAN
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN *MOBILE BANKING* DI BANK BSI KCP KENCONG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

NINDI ELI SAFITRI
NIM: E20181081

Dosen pembimbing



Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M
NIP. 198509152019032005

**PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, *TRUST*, KEAMANAN
TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN
LAYANAN *MOBILE BANKING* DI BANK BSI KCP KENCONG**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar sarjana ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Jum'at

Tanggal : 11 November 2022

Tim Penguji

Ketua

Dr. Abdul Rokhim, M.E.I
NIP. 197308301999031002

Sekretaris

Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si
NIP. 198907232019032012

Anggota:

1. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.AK

()

2. Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M

()

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Khanda Bifa'i, S.E., M.Si
NIP. 196808072000031001

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”.

(Qs. Al-Insyirah:5-6)¹



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

¹Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Jakarta: Karindo (2002), 902.

PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT atas taburan cinta dan kasih sayang-Mu yang telah memberikanku kekuatan dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Sunariyanto dan ibu Mariyah selaku kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan dukungan berupa do'a , rela bekerja keras untuk memenuhi segala kebutuhan dalam pendidikan yang di tempuh dan motivasi untuk terus semangat dalam belajar dan ibadah. Untuk segala dukungan, dan cinta kasih sayang yang tiada terkira, tentu karya kecil ini bukanlah balasan yang sepadan. Namun mudah-mudahan dapat menjadi tanda ta'zim saya kepada beliau
2. Keluarga besar ketiga saudara kandung (Nila Yuni astutik, Yusuf Julianto, Maksi Yulianto) dan seluruh kerabat. Terimakasih saya ucapkan untuk segala dukungan, motivasi, dorongan dan semangat yang luar biasa sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Sahabatku para pejuang toga Safira Megawati, Melenia Rohman Dian Tika, Indah Musyarofah, Devi Setyawati, Saniyatul Nur Anjani, Venita Amanda Sari, Wilda Anggun Nia, Rima Riski Nur Laila, Reni Puji Rahayu, Ulfa Faridatul Chasanah. Terimakasih sudah menjadi teman sekaligus keluarga yang tak henti untuk selalu mengulurkan tangan sepanjang perjalanan penulisan karya ilmiah ini, menjadi tempat

berdiskusi, tempat tertawa, dan selalu mendukung dalam hal dan keadaan apapun.

4. Teman-teman perbankan syariah 2 angkatan 2018, terimakasih untuk segala do'a, semangat, dukungan serta motivasi kalian yang telah diberikan kepada saya. Semoga apa yang kita impikan tercapai dan dapat membanggakan kedua orang tua.
5. Teman-teman KKN terimakasih untuk dukungan, do'a serta motivasi yang kalian berikan kepada saya. Semoga apa yang kita impikan tercapai dan dapat membanggakan kedua orang tua.
6. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah angkatan 2018 yang tetap kompak.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KATA PENGANTAR



Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga proses penyelesaian skripsi sebagai suatu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita nabi Muhammad SAW yang telah memberikan syafaatnya dan dapat membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang yakni agama islam.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini, tentunya penulis tidak lepas dari hambatan dan rintangan, namun pada akhirnya dapat dilalui berkat adanya dukungan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun secara spiritual. Oleh karena itu ucapan terimakasih ini penulis haturkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., M.M selaku rector Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Soddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember.
4. Ibu Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA)
5. Ibu Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran dalam membimbing dan mengarahkan proses penyelesaian skripsi.

6. Bapak dan Ibu dosen Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan ilmunya dan memberikan semangat untuk bisa meraih cita-cita dan masa depan yang cerah.
7. Kepala perpustakaan UIN KHAS Jember dan segenap karyawan didalamnya, yang telah membantu menyediakan literatur dan referensi yang menunjang teori-teori penelitian ini.
8. Pihak Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong Jember yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian serta membantu menjelaskan dan memberikan informasi mengenai inti dari pembahasan skripsi ini.
9. Semua pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan proposal skripsi ini.

Mudah-mudahan segala bentuk pertolongan yang diberikan kepada penulis mendapatkan balsan yang terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa banyak terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, oleh karena itu mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

Jember 28 Oktober 2022

Penulis

Nindi Eli Safitri
Nim : E20181081

ABSTRAK

Nindi Eli Safitri, Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M, 2022: “Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di bank BSI KCP Kencong.

Kedudukan teknologi informasi saat ini, khususnya pada sistem komputer yang menyediakan transaksi untuk pelaku ekonomi perbankan berupaya untuk meningkatkan sebuah layanan yang lebih gampang dan cepat dalam penggunaannya. dalam pengembangan teknologi informasi tidak jauh dengan yang dinamakan transaksi online yang merupakan salah satu bentuk layanan BSI melalui inovasi produk layanan melalui smartphone yaitu *mobile banking* guna untuk menunjang kebutuhan dan memudahkan nasabah.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank BSI KCP Kencong?. 2) Apakah *Trust* berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di bank BSI KCP Kencong?. 3) apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank BSI KCP Kencong?. 4) apakah kemudahan akses, *trust*, keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank BSI KCP Kencong.

Tujuan penelitian ini yaitu: 1) Untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan akses terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. 2) Untuk mengetahui adanya pengaruh *Trust* terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. 3) Untuk mengetahui adanya pengaruh Keamanan terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*. 4) untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan akses, *Trust*, Keamanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis yang digunakan adalah uji instrument, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini yaitu (1) Variabel kemudahan akses tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah. (2) variabel *trust* terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap variabel minat nasabah. (3) variabel keamanan terdapat pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap variabel minat nasabah. (4) Secara simultan diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses, *trusts*, keamanan (X) dengan variabel minat nasabah (Y).

Kata kunci : Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan dan Minat Nasabah

ABSTRACT

Nindi Eli Safitri, Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M, 2022: “Effects of Ease Access, Trust, Security on customer interest in using mobile banking services BSI KCP Kencong bank”.

The current position of information technology, especially computer system that provide banking economic actors to improve services that is easier and faster to use. In the development of information technology that is called online transaction which is one of BSI product innovation services through smartphone namely Mobile Banking to support customer needs and eases.

Formulations of problem in this study are 1) does Ease Access effect the customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank? 2) does Trust effect the customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank? 3) does Security effect the customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank? 4) does Ease of Access, Trust, Security affect the customer interest in using Mobile Banking of BSI KCP KENCONG Bank simultaneously?

The goals of this study are 1) to know Ease Access effect of customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank 2) to know Trust effect of customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank 3) to know Security effect of customer interest in using Mobile Banking services of BSI KCP Kencong Bank 4) to know Ease of Access, Trust, Security effect of customer interest in using Mobile Banking of BSI KCP KENCONG Bank simultaneously.

This research use descriptive quantitative method. The data source used is primary data. The analytical method used is instrument test, classical assumption test, hypothesis test, and multiple linear regression analysis.

The results of this study are (1) the ease of access variable has no significant effect on the variable of customer interest. (2) the trust variable has a significant partial effect on the customer interest variable. (3) the security variable has a significant partial effect on the customer interest variable. (4) Simultaneously, it is known that there is a significant influence between the variables of Ease of Access, Trust, Security (X) and the variable of customer interest (Y).

Keyword: Ease of Access, Trust, Security and customer interest.

DAFTAR ISI

COVER	
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1. Variabel Penelitian.....	12
2. Indikator Penelitian.....	13
F. Definisi Operasional.....	14
G. Asumsi Penelitian.....	15
H. Hipotesis.....	17
I. Metode Penelitian.....	19
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	19
2. Populasi dan Sampel.....	20
3. Teknik Instrumen dan Pengumpulan Data.....	22
4. Analisis Data.....	27
J. Sistematika Pembahasan	36

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	38
A. Penelitian Terdahulu.....	38
B. Kajian Teori.....	54
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	80
A. Gambaran Objek Penelitian.....	80
B. Penyajian Data.....	91
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	94
D. Pembahasan	111
BAB IV PENUTUP	118
A. Kesimpulan.....	118
B. Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

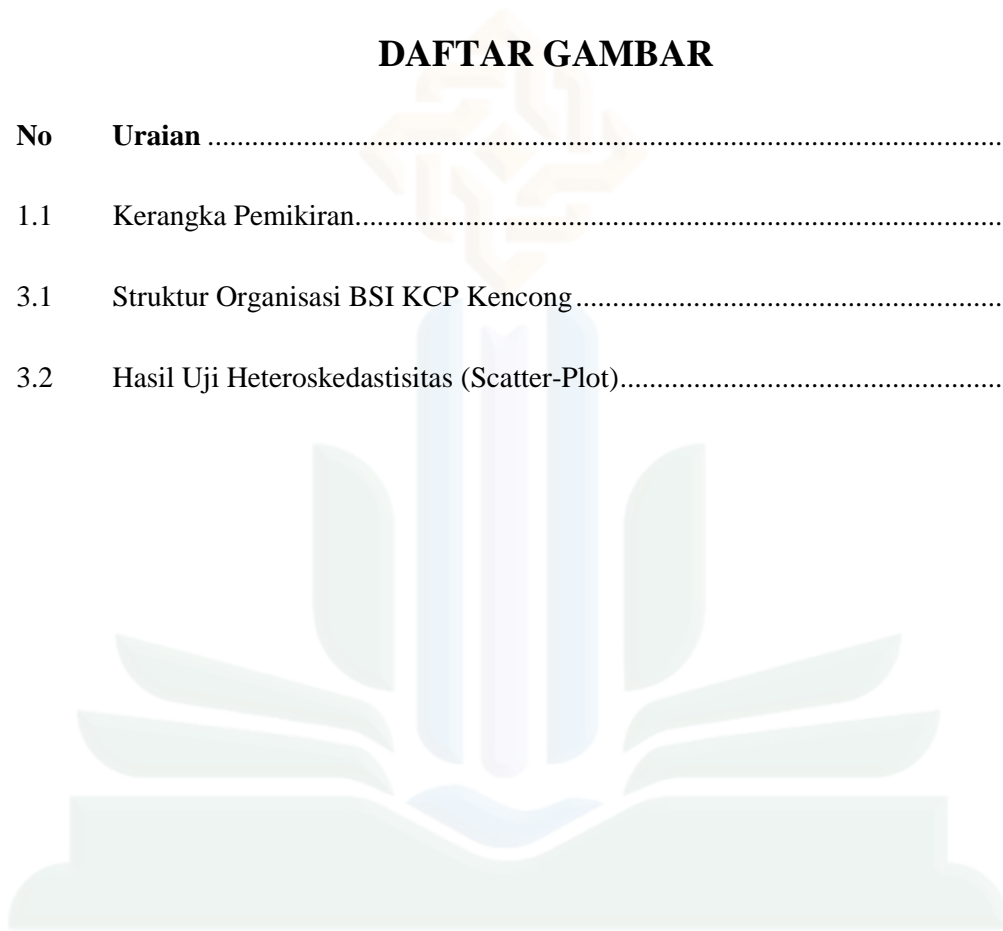
**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Skala Likert.....	23
2.1	Penelitian Terdahulu	50
3.1	Jenis Kelamin.....	91
3.2	Usia	92
3.3	Pekerjaan.....	93
3.4	Hasil Uji Validitas Kemudahan Akses	95
3.5	Hasil Uji Validitas Trust	95
3.6	Hasil Uji Validitas Keamanan	96
3.7	Hasil Uji Validitas Minat Nasabah	96
3.8	Uji Reliabilitas Kemudahan Akses (X1).....	97
3.9	Uji Reliabilitas Trust (X2)	98
3.10	Uji Reliabilitas Keamanan (X3).....	98
3.11	Uji Reliabilitas Minat Nasabah (Y)	99
3.12	Hasil Uji Normalitas (One-Simple Kolmogrov-Smirnov Test).....	100
3.13	Hasil Uji Multikolonieritas	101
3.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser).....	102
3.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	104
3.16	Hasil Uji T (Parsial)	107
3.17	Hasil Uji F (Simultan).....	109
3.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	110

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
1.1	Kerangka Pemikiran.....	17
3.1	Struktur Organisasi BSI KCP Kencong.....	84
3.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatter-Plot).....	103



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring perkembangan zaman yang semakin maju, teknologi informasi meningkat dengan sangat pesat. Teknologi merupakan penerapan pengetahuan secara ilmiah yang bertujuan untuk lebih memudahkan kegiatan di masyarakat. Saat ini teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat, tidak hanya dalam negara maju tetapi negara berkembang seperti Indonesia juga merasakan dari perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi memiliki efek yang menyeluruh dalam berbagai bidang industri, salah satunya yaitu perkembangan teknologi pada bidang komunikasi dan keuangan. Salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang komunikasi dan keuangan adalah perbankan.¹

Terjadinya perkembangan teknologi dan informasi yang sangat pesat ini mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan baik kebiasaan dan perilaku masyarakat. Menurut Holmes teknologi informasi telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat dan mempengaruhi banyak aspek dari berbagai sisi, baik dari sisi perdagangan, sosial, ekonomi dan komunikasi. Hal ini menyebabkan

¹ Nina Rizky, Nyoman P.Y, Made Arie W, “*pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan pengetahuan terhadap minat menggunakan E-Banking dalam bertransaksi pada UMKM Di kecamatan Buleleng*”, Jurnal ilmiah mahasiswa akuntansi Universitas pendidikan Ganesha, Vol.9.No, (2018), 192

masyarakat membutuhkan sesuatu yang mudah, cepat dan keamanannya tetap terjaga in dalam setiap kegiatan mereka. Dalam kegiatan ekonomi masyarakat salah satu kebutuhan yang penting adalah sistem pembayaran elektronik. Pada era globalisasi saat ini sistem pembayaran elektronik menawarkan berbagai keuntungan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini peran lembaga keuangan sangat dibutuhkan dimana perbankan dituntut untuk terus berkembang dan berinovasi dalam kinerja dan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga dapat mempertahankan nasabah atau bahkan dapat menambah nasabah baru. Inovasi yang dilakukan perbankan diharapkan dapat mempertahankan loyalitas nasabah sehingga nasabah tidak beralih menggunakan lembaga keuangan lainnya. Dengan itu perbankan mengembangkan teknologi informasi yaitu *Mobile banking* atau biasa di sebut dengan *M-banking* yang bisa diartikan sebagai aktifitas perbankan di internet.²

Mobile banking atau bisa disebut dengan M-Banking merupakan produk layanan jasa perbankan yang memungkinkan nasabah dapat melakukan transaksi perbankan melalui *smartphone*. Penggunaan *mobile banking* dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor cabang sehingga dapat mneghemat waktu dan biaya, transaksi yang dapat dilakukan pada *mobile banking* antara lain transfer antar rekening dan antar bank,

² Ismail, perbankan Syariah (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), 193

cek saldo, pembayaran PLN, BPJS dll, dan pembelian cukup dengan mengakses menggunakan *handphone*. Nasabah yang menggunakan *mobile banking* mendapatkan informasi dengan cepat, efisien dan efektif. Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah dalam memenuhi kebutuhannya dalam bertransaksi. Bank menawarkan produk jasa kepada nasabahnya bertujuan untuk memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas dan akan terus menggunakan jasa yang telah diberikan oleh bank dan hal tersebut akan berpengaruh positif terhadap pendapatan atas produk jasa bank atau biasa disebut dengan *fee based income*.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia saat ini menjadi tolak ukur keberhasilan ekonomi syariah, dengan munculnya perbankan syariah menjadi pilihan masyarakat, sebagian masyarakat memilih bank syariah karena telah terbukti penerapannya sesuai dengan syariat islam. Salah satu bank syariah yang ada di Indonesia yaitu PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Bank syariah Indonesia termasuk 10 besar bank syariah terbesar di Indonesia milik BUMN. Menurut data statistik perbankan syariah pada bulan oktober 2021 PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk terdapat 273 kantor pusat operasional atau kantor cabang dan 985 kantor cabang pembantu di Indonesia.³

³ Otoritas Jasa Keuangan, *Statistic Perbankan Syariah Oktober 2021*, (OJK, 2021),5

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan gabungan dari ketiga bank syariah yaitu Mandiri syariah, BRI Syariah, dan BNI Syariah pada tanggal 1 februari 2021. Potensi Bank Syariah Indonesia untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain dilihat dari kinerja bank syariah Indonesia tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar dan kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. Tujuan dari penggabungan ketiga bank tersebut yaitu untuk menyatukan kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga dapat menghasilkan suatu layanan yang lebih luas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik. Dengan adanya dukungan dari perusahaan induk (Mandiri, BRI, BNI), serta komitmen dari pemerintah melalui kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk mampu bersaing ditingkat global.⁴

Bank syariah Indonesia dalam awal kehadirannya hingga pada kuartal tahun 2021 mendapatkan 3 penghargaan, salah satu dari 3 penghargaan tersebut yaitu BSI menjadi bank syariah sebagai inovasi digitalisasi terbaik kelompok bank buku 3 dalam rangka Anugerah Syariah Republika 2021 dengan tema yaitu “Ekonomi Syariah Memacu Pertumbuhan Ekonomi Nasional”. Dengan adanya

⁴ Bank syariah indonesia,”sejarah perseroan”, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html

penghargaan tersebut akan mempengaruhi minat nasabah dalam melakukan transaksi di bank syariah Indonesia dan menggunakan produk layanan BSI. Bank syariah Indonesia juga telah menorehkan kinerja yang solid pada triwulan III 2021. Bank Syariah Indonesia mampu memiliki strategi mengenai digitalisasi produk layanan pasca merger 1 februari 2021 sebagai bank syariah terbesar di tanah air. BSI mampu berkomitmen untuk terus berinovasi dalam layanan jasa keuangan salah satunya yaitu *digital banking*. Sehingga dapat meningkatkan kenyamanan serta kemudahan dalam bertransaksi bagi semua nasabah BSI. Pada peraturan Otoritas Jasa Keuangan No.12/PJOK.03/2018 tahun 2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, menjelaskan bahwa mobile banking adalah bagian dari perbankan digital yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah agar dapat melayani nasabah dengan lebih cepat, mudah, dan sesuai dengan pengalaman nasabah serta dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan tetap memperhatikan aspek keamanan.⁵

Menurut Undang-undang RI nomor 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi Elektronik, menjelaskan bahwa globalisasi informasi telah memosisikan Indonesia sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia yang mewajibkan dibentuknya pengaturan mengenai pengelolaan informasi dan teknologi informasi di tingkat

⁵ Jeffry Z.C Nelwan, Dkk, *Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Di Bank Bukopin*, (Jawa Barat: Media Sains Indonesia, 2021), 3-4

nasional sehingga pembangunan teknologi informasi dapat dilakukan secara merata, optimal dan menyebar keseluruh masyarakat.⁶ Serta pada peraturan Bank Indonesia (BI) No : 9/15/PBI.2007 tentang penerapan manajemen resiko dalam nasabah teknologi informasi oleh Bank Umum, bahwa layanan perbankan melalui media elektronik atau biasa disebut dengan *E-banking* merupakan suatu layanan yang memungkinkan nasabah bank untuk mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik antara lain ATM, *electronic fund, transfer, phone banking, mobile phone dan internet banking*.

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi yang dapat diakses melalui handphone/telepon seluler. *Mobile banking* atau biasa disebut *M-Banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan adanya *Mobile banking* nasabah yang menggunakannya akan mendapatkan informasi dunia perbankan relative lebih cepat, efektif dan efisien serta dapat mengurangi waktu tunggu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Terdapat beberapa faktor apa yang menjadi minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile*

⁶ PR Indonesia, “UU 11 Tahun 2008”, <https://www.dpr.go.id/doksetjen/dokumen/-Regulasi-UU-N0.-11-Tahun-2008-Tentang-Informasi-Dan-Transaksi-Elektronik-1552380483.Pdf> (12 Oktober 2022)

banking diantaranya adalah dengan kemudahan akses dalam menggunakan *mobile banking*.⁷

Kemudahan akses adalah suatu kepercayaan yang dapat meyakinkan pengguna bahwasannya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka yang akan menggunakan.⁸ Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan atau kemudahan akses merupakan suatu kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan tentang pengambilan keputusannya. Jika nasabah percaya dan yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan atau di akses maka nasabah akan dengan senang hati menggunakan layanan perbankan tersebut secara berulang-ulang. Selain kemudahan akses ada juga faktor Trust atau kepercayaan, dimana nasabah merasa percaya akan produk jasa yang disediakan oleh perbankan yaitu layanan *mobile banking*.

Kepercayaan adalah suatu sikap atau keyakinan seseorang terhadap orang lain, organisasi. yang dimaksud kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan *mobile banking* adalah suatu keyakinan nasabah terhadap pihak Bank dalam segala transaksi perbankan yang digunakan. Dalam menjaga kepercayaan nasabah pihak bank harus memberikan pelayanan yang terbaik, seperti contoh dalam sistem keamanan.

⁷ Mahmudatus Sa'diyah & Nur Aziroh, *Analisis factor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan nasabah muslim pengguna mobile banking*,(2013),120

⁸ Jogiyanto, *sistem informasi keperilakuan*, (Yogyakarta: CV Andi, 2010)

Kekhawatiran utama yang dirasakan bagi nasabah dalam melakukan transaksi online atau *mobile banking* adalah pada kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan data pribadi yang dapat mengakibatkan penyalahgunaan. Dalam melakukan transaksi perbankan sistem keamanan merupakan suatu hal yang harus selalu diperhatikan karena itu dapat mempengaruhi minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan. Tujuan dari terbentuknya sistem keamanan dari *Mobile banking* adalah untuk mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal. Keamanan yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

Alasan dipilihnya BSI sebagai objek penelitian yaitu karena BSI merupakan Bank Syariah terbesar di Indonesia dan merupakan *The World's banks 2021* serta menjadi bank syariah dengan inovasi digital terbaik. Penelitian ini menggunakan Bank BSI KCP Kencong sebagai objek penelitian. Bank BSI KCP Kencong merupakan salah satu bank syariah yang alamatnya terletak di Jl.Krakatau No. 45, Ponjen, Kencong, Kec. Kencong Kabupaten Jember Jawa Timur. Alasan peneliti memilih Bank BSI KCP Kencong sebagai tempat penelitian karena Bank BSI KCP Kencong memulai role outnya pada bulan agustus 2021 hingga sekarang dan satu-satunya Bank syariah di Desa Kencong yang titik lokasinya berada di pusat keramaian desa kencong.

Dari sisi lain, karena Bank BSI KCP Kencong Jember kini cukup banyak diminati oleh kalangan masyarakat muslim pasca merger BNI Syariah ke BSI, sebab segala aktifitas perbankan berdasarkan hukum muamalah agama islam dan system operasionalnya tidak menerapkan system bunga atau riba melainkan dengan system bagi hasil.⁹ Dalam pertumbuhan Bank BSI KCP kencong menunjukkan peningkatan dalam berbagai aspek, tak terkecuali dalam layanan mobile banking, terbukti dari meningkatnya nasabah yang menggunakan layanan Mobile banking. Pada bulan agustus hingga desember 2021 jumlah nasabah yang menggunakan layanan mobile banking berjumlah 1381. Pada bulan juli tahun 2022 meningkat menjadi 2082.¹⁰

Meningkatnya nasabah yang menggunakan layanan mobile banking juga mempengaruhi pendapatan pada bank.¹¹ Ada beberapa faktor yang mempengaruhi meningkatnya nasabah yang menggunakan layanan mobile banking. Kemudahan akses dan trust/kepercayaan, karena dengan nasabah merasa percaya terhadap produk jasa yang ditawarkan akan menimbulkan minat untuk terus-menerus menggunakannya kembali dan dalam hal ini keamanan sangatlah penting untuk selalu diperhatikan karena dalam penggunaan layanan mobile banking sangatlah rentan dengan pencurian data pribadi sehingga dari pihak bank harus memberikan pelayanan keaman yang

⁹ Denis Bagus. Wawancara, Jember, Tanggal 06/07/2022

¹⁰ Ina (Customer Service), wawancara, jember, tanggal 06/07/2022

¹¹ Ina (customer service), wawancara, jember, tanggal 06/07/2022

baik agar data pribadi dari nasabah tidak tersebar dan disalahgunakan oleh seseorang yang tidak bertanggung jawab.

Dari penjelasan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, TRUST, KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING DI BANK BSI KCP KENCONG”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan langkah awal terhadap sebuah penelitian dalam menentukan sebuah permasalahan yang akan diteliti.

Maka disini peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*?
2. Apakah *Trust* berpengaruh terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*?
3. Apakah Keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*?
4. Apakah Kemudahan akses, *Trust*, Keamanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penentuan dalam perumusan masalah yang terjadi maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kemudahan akses terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Trust* terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Keamanan terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kemudahan akses, *Trust*, Keamanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah BSI KCP Kencong dalam menggunakan layanan *Mobile Banking*

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan hasil kesimpulan dari tujuan penelitian maka terdapat sebuah manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Memberikan tambahan pemikiran tentang keilmuan untuk penulis maupun pembaca tentang kemudahan akses, *trust*, dan keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang didapatkan dalam penelitian ini yaitu:

a. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti yang berkaitan dengan teori dan praktik dalam dunia perbankan tentang pengaruh kemudahan akses, *Trust*, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini dapat menjadi evaluasi bagi peneliti untuk mempelajari lebih jauh perihal minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan.

b. Bagi instansi/perusahaan

Penelitian ini sebagai bahan evaluasi perusahaan dalam mengembangkan kinerjanya dan menambah informasi

c. Bagi lembaga akademisi

Sebagai tambahan referensi dalam membandingkan sebuah data yang diteliti dengan memberikan manfaat wawasan pengetahuan sebagai bukti dengan melampirkan bentuk data secara konkret yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER sebagai evaluasi dalam penelitian.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel penelitian

Variabel penelitian merupakan penentuan beberapa variasi variable tertentu yang berkaitan dengan judul. Terdapat beberapa variasi dalam variable pada proses penelitian ini yaitu:

1) Independent Variabel (variabel bebas)

a) Kemudahan akses (X1)

b) Trust (X2)

c) Keamanan (X3)

2) Dependent Variabel (variable terikat)

Minat nasabah (Y)

2. Indikator penelitian

a. Indikator dari variabel independent (variabel bebas)

1) Indikator dari variabel kemudahan akses

a) Mudah dipelajari

b) Mudah dioperasikan

c) *Flexible*

2) Indikator dari variabel *Trust*

a) Kredibilitas

b) Kepedulian

3) Indikator dari variabel keamanan

a) Jaminan keamanan

b) Kerahasiaan data

b. Indikator dari variabel dependent (variable terikat)

Indikator dari variabel (Y) Minat Nasabah

a) Ketertarikan

b) Rasa senang

c) Kepuasan

F. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan sebuah jalan dalam menganalisa setiap variable atau kontrak untuk memberikan analisa kegiatan Maupun operasional. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhinya sebagai berikut:

1. Mobile Banking

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi yang dapat diakses melalui handphone/telepon seluler. *Mobile banking* atau biasa disebut M-Banking merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Dengan adanya *mobile banking* nasabah dapat lebih mudah untuk melakukan transaksi karena dapat digunakan dalam waktu 24 jam tanpa harus datang ke kantor.

2. Kemudahan Akses

Kemudahan akses adalah suatu kepercayaan yang dapat meyakinkan pengguna bahwasannya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka yang akan menggunakan.

3. Trust

Secara umum *Trust* (kepercayaan) didefinisikan sebagai keadaan psikologis yang diamana dapat membangun niat untuk

menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi niat atau perilaku lain. Kepercayaan dipandang sebagai faktor yang sangat penting dalam proses pembangunann dan pemeliharaan hubungan, meskipun juga dikatan sulit untuk mengelola *Trust* (kepercayaan) itu sendiri.

4. Keamanan

Masalah keamanan adalah salah satu aspek paling penting dari sebuah sistem informasi perbankan. Tujuan dari terbentuknya sistem keamanan dari Mobile banking adalah untuk mencegah, mengatasi, dan melindungi berbagai sistem informasi dari resiko terjadinya tindakan illegal. Keamanan yang dirasakan oleh nasabah menjadi faktor terkuat yang mempengaruhi pembentukan minat nasabah untuk menggunakan layanan *Mobile Banking*.

5. Minat Nasabah

Minat adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki suatu produk.

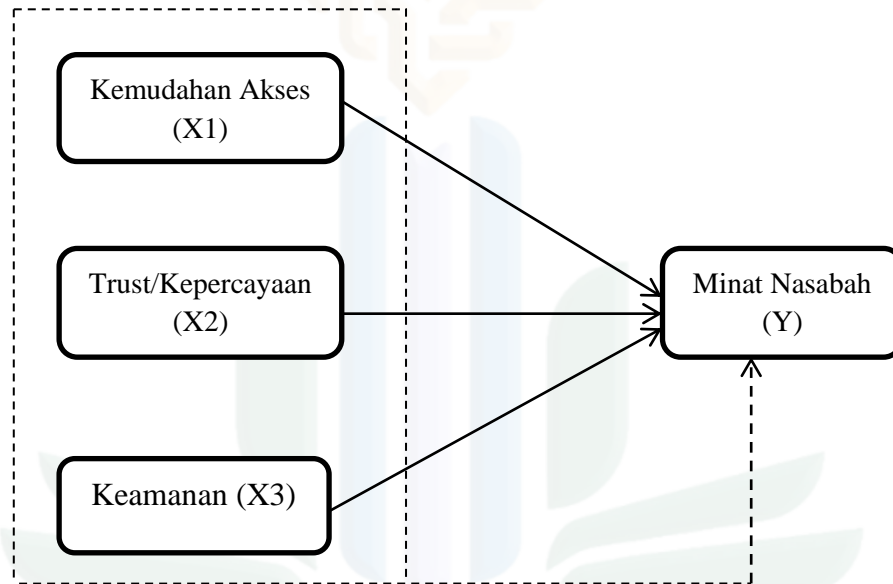
G. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan dasar yang harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data. Anggapan dasar tersebut berfungsi sebagai dasar berpijak yang

kukuh bagi masalah yang diteliti juga untuk mempertegas variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian dan merumuskan hipotesis.¹² Variabel-variabel independent dalam penelitian ini meliputi kemudahan akses, Trust, dan keamanan. Ketiga variabel tersebut digunakan untuk melihat pengaruh terhadap minat nasabah BSI dalam menggunakan layanan mobile banking. Kemudahan akses dalam penelitian ini adalah kemudahan akses atau kemudahan penggunaan (*ease of use*) yang dapat meyakinkan pengguna bahwasannya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi mereka yang akan menggunakan. Yang dimaksud trust (kepercayaan) keadaan psikologis yang dimana dapat membangun niat untuk menerima kerentanan berdasarkan ekspektasi niat atau perilaku lain. Kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan *mobile banking* adalah suatu keyakinan nasabah terhadap pihak Bank dalam segala transaksi perbankan yang digunakan. Yang dimaksud dengan keamanan adalah persepsi nasabah terhadap kemampuan Bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna yang tidak berwenangan.

¹² Tim penyusun, *pedoman penulisan karya ilmiah*, (jember: iain jember press, 2018), 39

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan: ———> :Pengaruh Secara Parsial

-----> :Pengaruh Secara Simultan

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Teori yang digunakan dalam penelitian kuantitatif akan mengidentifikasi hubungan antar variabel yang dimana hipotesis tersebut akan diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kemudahan akses terhadap variabel minat nasabah dalam

menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP Kencong

H1: terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel kemudahan akses terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong

2. Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Trust terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong

H2: terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel Trusts terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong

3. Ho: tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong

H3: terdapat pengaruh yang signifikan pada variabel keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong.

4. Ho: tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel kemudahan akses, *Trust*, Keamanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

H4: terdapat pengaruh signifikan pada variabel kemudahan akses, *Trust*, Keamanan secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Kuantitatif merupakan suatu metode penelitian mengenai kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisis, serta menampilkan sebuah data dalam bentuk angka-angka dari pada naratif.¹³ Pendekatan kuantitatif lebih fokus pada gejala-gejala dan fenomena-fenomena yang memiliki karakteristik dalam kehidupan manusia yang disebut dengan variabel. Pendekatan kuantitatif ini pada dasarnya mengetahui hubungannya diantara variabel-variabel yang dianalisis dengan alat uji statistic serta menggunakan teori yang objektif.¹⁴

Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif. Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai dari masing-masing variabel. Jenis penelitian deskriptif ini bersifat independen yaitu untuk memperoleh gambaran mengenai variabel-variabel tersebut. Untuk pengolahan data yang dilakukan dapat menggunakan nilai mean, median, modus, standard deviasi, nilai minimum, dan maksimum, frekuensi, dan presentase. Variabel tersebut mampu

¹³ Tegor,dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Jawa Tengah: Lakeisha, 2020), 7.

¹⁴ I Made laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset nyata* (Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2020), 12.

mendeskriskan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau bidang tertentu.

2. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau hal-hal yang menarik untuk dilakukan sebuah penelitian yang dibatasi oleh peneliti sendiri. Adapun pengertian lain populasi yaitu suatu objek atau subjek yang ada pada suatu wilayah dan yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.¹⁵ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BSI KCP Kencong yang menggunakan layanan mobile banking tahun 2021-2022 sebanyak 2082.¹⁶

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya, karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.¹⁷

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling* yaitu teknik pengambilan anggota

¹⁵ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, (Yogyakarta:Graha Ilmu,2013),133

¹⁶ Ina (Customer Service), Wawancara, Jember, Tanggal 06/07/2022

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*,(Bandung:Alfabeta,2012), 82

sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Alasan memilih pengambilan sampel menggunakan *random sampling* karena untuk mengurangi potensi bias manusia dalam kasus yang akan dijadikan sampel.

Dalam penentuan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus perhitungan yaitu rumus slovin¹⁸

Rumus slovin:

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

Keterangan:

n = Jumlah/Besar sampel yang diambil

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Kesalah (error) 10%

Jumlah populasi sebanyak 2082 nasabah pengguna aplikasi mobile banking pada BSI KCP Kencong jember.

$$n = \frac{2082}{1 + 2082(10\%)^2}$$

$$n = \frac{2082}{1 + 2082(0,01)}$$

$$n = \frac{2082}{1 + 20,82}$$

$$n = \frac{2082}{21,82}$$

$$n = 95,41$$

¹⁸ Husein Umar, Metode Riset Bisnis Panduan Mahasiswa Untuk Melaksanakan Riset Dilengkapi Contoh Proposal Dan Hasil Riset Bidang Manajemen Dan Akuntansi(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), 142

berdasarkan rumus tersebut sampel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu 95,41 yang dibulatkan menjadi 95 responden yang akan mempermudah penelitian.

3. Teknik dan instrument pengumpulan data

a. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dalam memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. data yang diperoleh dapat berupa keterangan tertulis, angka-angka, beragam fakta dan informasi lisan yang berkaitan dengan penelitian yang sedang diteliti. Adapun data terdiri dari dua, diantaranya:

1. Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama, dari individu seperti hasil wawancara, hasil penyebaran dan pengisian angket (kuesoner) yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data primer dari penelitian ini merupakan hasil jawaban dari penyebaran dan pengisian angket (kuesoner) oleh nasabah BSI KCP Kencong Jember yang menggunakan layanan Mobile banking.

Adapun skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti dalam menghitung nilai atau skor jawaban responden yaitu skala likert. Skala likert merupakan skala psikometrik yang umum digunakan untuk kuesoner yang banyak dipakai

dalam riset berupa survey. Skala likert juga digunakan untuk mengukur ketidaksetujuan atau kesetujuan seseorang mengisi suatu objek. Berikut adalah pengukuran menggunakan skala likert, yaitu:

Tabel 1.1

Skala likert

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat tidak setuju	STS	1
2	Tidak setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat setuju	ST	5

Sumber: Surya (2020)

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara, data sekunder yang dibutuhkan pada penelitian ini seperti buku-buku dan literature yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis

kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.¹⁹ Adapun data yang diperoleh dari teknik angket dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengenai pengaruh kemudahan akses, trust, keamanan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.
- b. Mengenai pengaruh kemudahan akses, trust, keamanan secara simultan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan secara langsung oleh peneliti dengan menggunakan indra penglihatan, pendengaran, perabahan, penciuman. Bentuk observasi dapat berupa kuesioner, pedoman pengamatan tes, rekaman suara, dan rekaman gambar.

Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik observasi partisipasi yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara peneliti ikut menjadi bagian dari objek penelitian:

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, (Bandung: alfabeta, 2016),142

- a. Profil BSI KCP Kencong
- b. Nasabah BSI KCP Kencong jember yang menggunakan layanan mobile banking

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi merupakan cara pengumpulan data dengan mencatat atau mengambil data yang sudah ada dalam dokumen atau arsip. Dokumentasi dapat berupa bukti-bukti dalam penelitian. Adapun data yang diperoleh dari teknik dokumentasi dalam penelitian ini yaitu:

- a. Sejarah BSI KCP Kencong jember
- b. Visi dan Misi BSI KCP Kencong Jember
- c. Struktur Organisasi BSI KCP Kencong Jember
- d. Data-data lain yang bersangkutan dengan judul penelitian

b. Instrument Pengumpulan Data

Adapun instrument pengumpulan data yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur seberapa besar suatu uji melakukan fungsinya dan Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya setiap pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. pada uji validitas, setiap

pertanyaan diukur dengan menjumlahkan total dari masing-masing pertanyaan dengan total keseluruhan tanggapan pertanyaan yang digunakan dalam setiap variabel. Dalam uji validitas kriteria dalam penghitungannya adalah membandingkan nilai r hitung (*Person Corelation*) dengan r tabel. Nilai r hitung (*Person Corelation*) digunakan sebagai tolak ukur untuk menyatakan valid tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung (*Person Corelation*) terhadap nilai r tabelnya. R tabel adalah df (derajat bebas) = $n - 2$ (signifikansi 5% atau 0,05). Dalam menentukan nilai r hitung adalah menggunakan nilai yang tertera pada baris *Person Corelation*. Sedangkan untuk menentukan nilai r tabel, pada kolom digunakan rumus $N - 2$, N merupakan banyaknya responden.²⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur variabel melalui pertanyaan yang digunakan, uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan *Crombach's alpha* dengan taraf signifikan yang digunakan. Taraf signifikansi yang digunakan biasanya 0,5, 0,6, hingga 0,7 tergantung

²⁰ Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, legresi linier berganda, uji t, uji f, R2) (GUEPEDIA, 2021), 8

dari kebutuhan penelitian. kriteria pengujian dari uji reliabilitas antara lain:

- a. Jika nilai *Crombach's alpha* > tingkat signifikan, maka intrumen dikatakan reliable.
- b. Jika *Crombach's alpha* < tingkat signifikan, maka intrumen dikatan tidak reliable.²¹

4. Analisis Data

a. Uji Asumsi klasik

Uji asumsi klasik merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinasy least square* (OLS). Apabila analisis tidak sesuai dengan OLS maka tidak memerlukan persyaratan asumsi klasik, misalnya regresi logistic. Dalam analisis regresi linier tidak semua uji asumsi klasik digunakan, misalnya pada uji multikolonieritas tidak perlu dilakukan pada analisis regresi linier sederhana dan uji autokorelasi tidak perlu diterapkan pada data *cross sectional*.²²

Uji asumsi klasik yang sering digunakan dalam penelitian yaitu uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji linieritas. Dalam analisis data yang dilakukan tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji

²¹ Budi Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, legresi linier berganda, uji t, uji f, R2)* (GUEPEDIA, 2021), 17

²² Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 114

mana yang harus dipenuhi terlebih dahulu. Analisis dapat dilakukan tergantung pada data yang ada.

1. Uji normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik apabila memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Yang di uji pada uji normalitas bukan pada masing-masing variabel akan tetapi pada nilai residualnya.

Ada beberapa cara yang dapat dilakukan pada uji normalitas diantaranya adalah uji histogram, uji normal P Plot, Skewness dan Kutosis atau uji Kolmogrov Smirnov. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ghozali untuk mendeteksi normalitas data digunakan uji Kolmogrov Smirnov dengan melihat dari nilai residual. Dalam uji normalitas dapat dikatakan normal apabila nilai residual yang dihasilkan di atas nilai signifikan yang ditetapkan.

2. Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu regresi linier berganda. Apabila terjadi korelasi yang tinggi diantara variabelnya maka akan mempengaruhi hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat

menjadi terganggu. Adapun tujuan dilakukannya uji multikolonieritas juga untuk mengindari kebiasaan dalam pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh dari uji parsial masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Adapun beberapa kriteria dalam mendeteksi multikolonieritas pada suatu model sebagai berikut:

- a. Jika nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) tidak lebih dari 10 an nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,1 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.
- b. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen kurang dari 0,70 maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolonieritas. Jika lebih dari 0,70 maka diasumsikan terjadi korelasi (interaksi hubungan) yang sangat kuat antar variabel independen sehingga terjadi multikolonieritas.
- c. Jika nilai koefisien determinasi, baik nilai R^2 maupun Adjusted R^2 diatas 0,60 namun tidak ada variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, maka diasumsikan terkena multikolonieritas.²³

²³ Albert Kurniawan Purnomo, *Pengolahan Riset Ekonomi Jadi mudah Dengan IBM SPSS* (Surabaya: CV Jakad Publishing,2019), 56

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan antara varian dari residual satu ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi syarat adalah dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu ke pengamatan yang lain tetap.

Deteksi uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode scatter plot dengan memplotkan nilai ZPRED (Nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Untuk mendapatkan model yang baik dapat diperoleh jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik seperti mengumpul ditengah, menyempit kemudian melebar, atau sebaliknya yaitu melebar kemudian menyempit. Uji statistik yang dapat digunakan adalah uji *glejser*, uji *park*, atau uji *white*.²⁴

Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas adalah:

- a) Jika nilai signifikan $> \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi $> \alpha = 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.²⁵

²⁴ Ibid.,60

²⁵ Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (Yogyakarta: Deepublish,2019), 122.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu model regresi linier yang melibatkan dua atau lebih variabel independen (X). tujuan dari dilakukannya analisis regresi linier berganda adalah untuk menguji signifikan atau tidak antara dua atau lebih variabel.²⁶

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat nasabah dan terdapat tiga variabel independen yaitu kemudahan akses, *Trust*, Keamanan. Berikut model rumus regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (Minat Nasabah)

α = Konstanta atau Intercept

β_1 = Koefisien variabel independen (kemudahan akses)

β_2 = Koefisien variabel independen (*Trust*)

β_3 = Koefisien variabel independen (Keamanan)

X1 = Variabel Independen (Kemudahan Akses)

X2 = Variabel Independen (*Trust*)

X3 = Variabel Independen (Keamanan)

e = error

²⁶ Hironymus Ghodang dan Hatono, *Metode Penelitian kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS* (Medan: PT. Penerbit Mitra Group, 2020), 90.

untuk mengetahui dan menentukan arah besarnya koefisien antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini menggunakan teknik bantuan SPSS Versi 22 *for Windows*.

c. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t adalah suatu uji statistic yang sering kali dijumpai dalam masalah praktis statistik. Uji t merupakan salah satu uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan yang signifikan dari dua rata-rata sampel. Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.²⁷ Langkah-langkah yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

a. Hipotesis

1. $H_0 : b_1 = 0$, artinya variabel kemudahan akses tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat nasabah)
2. $H_0 : b_2 = 0$, artinya variabel trust tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat nasabah)

²⁷ Ghozali Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 62

3. $H_0 : b_3 = 0$, artinya variabel keamanan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (minat nasabah)

4. $H_a : b_1, b_2, b_3, \neq 0$, artinya variabel independen (kemudahan akses, trust, kemanan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (minat nasabah).

b. Menentukan resiko kesalahan α (tariff signifikansi)

$\alpha = 5\%$ (0,05) dengan tingkat signifikansi 95% dan nilai df (degree of freedom) $n-k-1$.

c. Menentukan nilai hitung

$$t = \frac{b_1 - B_i}{Sb_1}$$

keterangan :

b = koefisien regresi parsial

B = mewakili nilai B tertentu, sesuai hipotesisnya

S = simpangan baku koefisien regresi b

d. Kriteria pengujian :

- Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 di tolak H_a diterima, artinya signifikan (berkontribusi positif)
- Jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima H_a di tolak, artinya tidak signifikan (tidak berkontribusi positif).

2. Uji F(Simultan)

Tujuan dari Uji F ini adalah untuk mengetahui tafsiran parameter secara bersama-sama atau seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel X (Independen) terhadap variabel Y (dependen) secara bersama-sama.²⁸ Uji F pada penulisan digunakan untuk melihat apakah ketiga variabel independen (X) yaitu kemudahan akses, trust, keamanan berpengaruh bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) yaitu minat nasabah.

Langkah-langkah pengujian Uji F:

a. $H_0 : b = 0$, artinya variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Y)

$H_0 : \beta > 0$, artinya variabel-variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Y).

b. Menentukan taraf nayat/level of significan = 5% (0,005)

c. Menentukan F hitung

$$F = \frac{R^2 (n-k-1)}{K (1-R^2)}$$

Keterangan :

R^2 = koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel bebas

²⁸ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 313

N = jumlah anggota sampel

- d. Menentukan F tabel pada $\alpha = 5\%$ dengan tingkat signifikansi 95%
- e. Kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis pada uji F yaitu:
 - Jika F hitung $>$ F tabel atau $\text{Sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan
 - Jika F hitung $<$ F tabel atau $\text{Sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen (Y) oleh perubahan atau variasi dari variabel independen (X). Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, tentunya bisa untuk menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen (Y). apabila nilai koefisien determinasi semakin tinggi maka akan semakin baik kemampuan variabel independen (X) dalam menjelaskan variabel dependen (Y).

Ada dua macam koefisien determinasi, yaitu r koefisien determinasi biasa (*R Square*) dan koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*). Pada regresi linier berganda, penggunaan koefisien determinasi yang

disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinasi. Koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R Square*) merupakan suatu hasil penyelesaian dari koefisien determinasi terhadap tingkat kebebasan dari persamaan prediksi. Hal ini melindungi dari kenaikan suatu kesalahan yang disebabkan dari jumlah variabel independen (X) dan kenaikan dari jumlah sampel.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mengetahui sistematika pembahasan dalam penyusunan skripsi ini, diantaranya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini menguraikan mengenai komponen dasar penelitian diantaranya adalah latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pada bab kajian kepustakaan ini menguraikan ringkasan kajian terdahulu yang menjadi bahan perbandingan antara penelitian sebelumnya dengan

penelitian yang akan dilakukan serta memuat kajian teori

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini menguraikan tentang inti dan hasil dari penelitian yang meliputi gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, dan pembahasan

BAB IV PENUTUP

Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian dan saran-saran dari peneliti

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. PENELITIAN TERDAHULU

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya baik yang sudah terpublikasikan maupun belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi dan sebagainya). Dengan melakukan ini dapat dilihat sejauhmana orisinalitas dan posisi penelitian yang akan dilakukan. Dalam hal ini penelitian terdahulu dijadikan acuan penelitian ini dengan fokus masalah perihal kemudahan akses, trust, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

- 1) Melawati Nurani dan Henni Welsa “*Pengaruh Kemudahan Akses, Kemenarikan Posting Messages, Daya Tanggap Pelayanan Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Online Shop Di Instragam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yogyakarta)*” (2018). Universitas sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.²⁹

Teknik analisis ini menggunakan teknik analisis berganda yang didukung dengan uji T dan uji Koefisien Determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dalam

²⁹ Melawati Nurani dan Henny Welsa, “*Pengaruh Kemudahan Akses, Kemenarikan Posting Messages, Daya Tabggap Pelayanan Terhadap Sikap Keputusan Pembelian Online Shop di Instagram*”, (Jurnal Upajiwa: Vol.2 No. 1, 2018), 11-21

akses mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Kemerarikan posting messages mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap sikap konsumen. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap konsumen. Sikap konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudahan dalam akses mempunyai pengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemerarikan posting *message* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian. Daya tanggap pelayanan mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan akses nasabah dalam melakukan transaksi online. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian terdahulu focus membahas tentang keputusan pembelian online shop di Instagram sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile banking di Bank BSI KCP Kencong.

- 2) Priestiani Putri Rahayu, *"Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking*

(Studi Empiris pada mahasiswa di Yogyakarta)”, (2019).
Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.³⁰

Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesoner kepada responden dan penelitian ini menggunakan skala interval. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan persepsi kegunaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, persepsi kemudahan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking, persepsi kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking dan persepsi kenyamanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan mobile banking.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan, kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *Mobile Banking*. Sedangkan perbedaannya adalah Pada penelitian yang terdahulu objeknya menggunakan mahasiswa di Yogyakarta dan dalam penelitian ini menggunakan objek nasabah BSI yang menggunakan layanan mobile banking.

- 3) Sri Nawangsari dan Nadea Dwi Rahma Putri “*Pengaruh E-service kualiti dan E-Trust terhadap kepuasan nasabah pengguna BNI Mobile banking melalui citra bank sebagai*

³⁰ Priestiani Putri Rahayu, “*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking*”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi, 2019)

variabel intervening (studi kasus kepada nasabah pengguna BNI Mobile Banking Kota Depok”, (2020).³¹

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis jalur menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *E-Service* kualitas dan variabel *E-Trust* berpengaruh terhadap citra bank dan kepuasan nasabah. Dengan demikian sebaiknya Bank BNI terus meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan terhadap bank sehingga merasa puas dan reputasi bank menjadi lebih baik.

Persamaan pada penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah BNI dalam menggunakan *BNI Mobile Banking*. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu jumlah responden yang digunakan sebanyak 185 sedangkan pada penelitian ini menggunakan 95 responden.

- 4) Heny Kurnianingsih dan Trisna Maharani, “*Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat penggunaan E-Money di Jawa Tengah*”. (2020). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.³²

³¹ Sri Nawangsari Dan Nadea Dwirahma Putri, “*Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah Pengguna BNI Mobile Banking Di Kota Depok)*”, (Jurnal Ilmiah Matrik: Vol.22, No. 1, 2020),55-60

³² Heni Kurnianingsih Dan Trisna Maharani, “*Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan E-Money Di Jawa Tengah*”, (Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi: Vol. 12, No. 1, 2020), 4

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat *percivied*, kemudahan penggunaan *percivied*, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan *e-money*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda teknik pengambilan sampel menggunakan waa accidental Sampling yang diukur dengan skala likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *E-Money*.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat nasabah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu membahas tentang minat dalam menggunakan E-money dan objeknya merupakan seluruh masyarakat jawa tengah yang menggunakan e-money sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dan objeknya merupakan nasabah bank BSI KCP Kencong.

- 5) Ramayani dkk, "*pengaruh kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan mobile*

banking”,(2020). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.³³

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling* yang menggunakan analisis linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi $0,003 < 0,05$, keamanan $0,016 < 0,05$, manfaat $0,10 < 0,05$ dan kemudahan $0,003 < 0,05$ berarti semua variabel pada penelitian ini berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan fasilitas mobile banking Bank syariah Mandiri. Kemudian secara simultan variabel kepercayaan, keamanan, manfaat dan kemudahan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fasilitas mobile banking/ Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

6) Marlizar dkk, “*Analisis risiko, manfaat dan kemudahan pengguna serta dampaknya pada kepercayaan nasabah dalam menggunakan sms banking PT. Bank aceh Syariah Banda Aceh*”, (2020).

Teknik analisis menggunakan linier berganda dengan jenis penelitian asosiatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel resiko, manfaat dan kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam

³³ Ramayani, Dkk, “*Pengaruh Kepercayaan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking*”, (Jurnal Ilmu Manajemen: Vol.2, No.2,2020), 2-14

menggunakan sms Banking pada PT Bank Aceh syariah Banda Aceh. Kemudian secara parsial variabel manfaat dan kemudahan pengguna berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan sms banking pada PT. Bank Aceh Syariah Banda Aceh. Sedangkan variabel resiko tidak berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah dalam menggunakan sms Banking pada PT. Bank Aceh Syariah Banda Aceh.

- 7) Alif Ainul Khatimah, Dkk, *“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar)”*, (2021). Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.³⁴

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap minat dalam menggunakan layanan mobile banking bank BNI pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN alauddin Makasar. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linier berganda dengan uji t dan uji R Square. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan berpengaruh

³⁴ Alif Ainul Khatimah, Dkk, *“Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar)”*, (IBEF Journal: Vol. 1, No. 2, 2021), 59-70

positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh keamanan terhadap minat dalam menggunakan mobile banking. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu fokus membahas tentang BNI Mobile sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang BSI Mobile.

- 8) Ahmad Yudin, "*Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Syariah Kc 3 Palangka Raya*", (2021). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya.³⁵

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan Mobile banking terhadap minat menggunakan mobile banking.

Jenis penelitian ini berupa penelitian lapangan (*field Research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menggunakan layanan mobile banking pada BSI KC 3 palangka Raya tahun 2021 sebanyak 416. sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden yang diteliti. Pengumpulan data menggunakan data

³⁵ Ahmad Yudin, "*Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Kemudahan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking di Bank Syariah Indonesia KC 3 Palangka Raya*", (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021)

primer dan data sekunder, yang dimana data primer di peroleh dari lapangan yang sumbernya dari responden, dan dari hasil angket dengan pihak yang bersangkutan. Sedangkan data sekunder di peroleh dari sumber bacaan yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas seperti Al-Qur'an, buku, jurnal, internet, dan lainnya. Teknik pengambilan sampling ini disebut dengan sampling jenuh.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kepercayaan, kemudahan dalam menggunakan layanan mobile banking terhadap minat nasabah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada penelitian terdahulu responden yang digunakan berjumlah 40 orang sedangkan dalam penelitian ini responden yang digunakan berjumlah 95. Teknik yang digunakan dalam penelitian terdahulu berupa *sampling jenuh* sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* atau *simple random sampling*.

- 9) Fitriyani, “*Pengaruh teknologi dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking pada nasabah bank syariah Indonesia kcp Muara Bulian*”, (2021). Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi.³⁶

³⁶ Fitriyani, “*Pengaruh Teknologi dan Kepercayaan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian*”, (Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2021)

Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan metode sampel random. Hasil penelitian ini menunjukkan Uji T variabel teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *M-Banking* dan variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan *M-banking*. Berdasarkan uji simultan teknologi dan kepercayaan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat bertransaksi menggunakan *M-banking*.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kepercayaan nasabah dalam menggunakan Mobile Banking, dalam metode penelitian ini teknik yang digunakan dalam penelitian yaitu sama-sama menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu jumlah responden yang digunakan dalam penelitian terdahulu yaitu 85 responden sedangkan dalam penelitian sekarang berjumlah 95 responden.

10) Herry harianto, dkk, “*pengaruh persepsi penggunaan (ease of use), kenyamanan (convenience), kepercayaan (Trust), dan ketersediaan fitur (feature availability) terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking klik BCA (studi kasus*

pada nasabah PT. Bank Central Asia Tbk kantor cabang utama pangkal pinang)”, (2021).³⁷

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris pengaruh persepsi kemudahan penggunaan (*ease of use*), persepsi kenyamanan (*convenience*), persepsi kepercayaan (*Trust*), persepsi ketersediaan fitur (*feature availability*) terhadap minat nasabah bank BCA untuk bertransaksi menggunakan (*intention to use*) Klik BCA. Penelitian ini menggunakan skala likert dan teknik probability sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, persepsi ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap minat nasabah menggunakan (*intention to use*) internet banking klik BCA.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan penggunaan, *Trust* terhadap minat nasabah dalam menggunakan produk perbankan.

Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian terdahulu juga membahas tentang persepsi ketersediaan fitur dan persepsi kenyamanan sedangkan dalam penelitian ini tidak membahas hal tersebut. Objek dalam

³⁷ Herry Harianto, Dkk, “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease Of Use), Kenyamanan (Convenience), Kepercayaan (Trusts) Dan Ketersediaan Fitur (Feature Availability) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klik BCA (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama Pangkalpinang)*”, (Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan: Vol. 8, No. 2, 2021), 37-44

penelitian terdahulu adalah nasabah Bank BCA sedangkan pada penelitian ini yaitu nasabah Bank BSI.

11) Wafid Renaldi, “pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BNI syariah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi”, (2021).³⁸

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability yaitu sampling insidental artinya penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pada variabel kemudahan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking, dan variabel kegunaan secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kemudahan dan kepercayaan dalam penggunaan layanan mobile banking. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada teknik pengambilan sampel yang dimana pada penelitian yang sekarang menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*.

³⁸ Wafid Renaldi, “pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking BNI syariah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021)

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Melawati nurani dan henna welsa (2018)	Pengaruh kemudahan akses, kemenarikan posting messages, daya tanggap pelayanan terhadap sikap keputusan pembelian online shop di instagram (studi kasus pada mahasiswa yogyakarta)	Sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan akses	Dalam penelitian terdahulu membahas tentang sikap keputusan pembelian terhadap online shop di instagram dan studinya pada mahasiswa Yogyakarta, sedangkan dalam penelitian ini membahas tentang minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.
2	Priestiani Putri Rahayu (2019)	Pengaruh persepsi kegunaan, Persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (studi empiris pada mahasiswa di yogyakarta)	Dalam penelitian ini sama-sama Membahas tentang kemudahan dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking	Pada penelitian terdahulu objeknya menggunakan mahasiswa Yogyakarta dan dalam penelitian yang sekarang objek yang digunakan yaitu nasabah Bank BSI KCP Kencong yang menggunakan layanan mobile banking

3	Sri Nawangsari dan Nadea (2020)	Pengaruh E-Service kualiti dan E-Trust terhadap kepuasan nasabah pengguna BNI Mobile banking melalui cetra bank sebagai variabel intervening (studi kasus kepada nasabah pengguna BNI Mobile)	Sama-sama membahas tentang pengaruh Trust dalam menggunakan layanan mobile banking.	Pada penelitian terdahulu objeknya menggunakan nasabah BNI di kota Depok sedangkan dalam penelitian ini menggunakan nasabah BSI
4	Heny Kurnianingsih (2020)	Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, fitur layanan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan E-Money di Jawa Tengah.	Sama-sama membahas tentang kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat penggunaan suatu produk jasa	Dalam penelitian terdahulu membahas tentang minat dalam menggunakan layanan E-Money sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus membahas pada minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.
5	Rmayani (2020)	Pengaruh kepercayaan, keamana, manfaat dan kemudahan terhadap penggunaan mobile banking	Sama-sama membahas tentang pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap penggunaan mobile banking	Dalam penelitian terdahulu membahas tentang manfaat dalam menggunakan mobile banking sedangkan dalam penelitian ini tidak membahas tentang manfaat dalam

				menggunakan mobile banking
6	Marlizar, dkk (2020)	Analisis risiko, manfaat dan kemudahan pengguna serta dampaknya pada kepercayaan nasabah dalam menggunakan SMS banking PT. Bank Aceh Syariah Banda Aceh	Sama-sama membahas tentang kemudahan penggunaan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan syariah	Pada penelitian terdahulu fokus membahas tentang SMS Banking sedangkan pada penelitian yang sekrang membahas tentang mobile Banking
7	Alif Ainul Khatimah (2021)	Pengaruh persepsi kegunaan, kemudahan dan keamanan terhadap minat menggunakan layanan mobile banking (studi empiris pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Alauddin Makasar)	Saam-sama membahas tentang pengaruh kemudahan dan keamnana dalam menggnakan layanan mobile bankig	Padda penelitian teerdahulu fokus objeknya kepada mahasiswa ekonomi dan bisnis islam UIN Alauddin Makasar sedangkan pada penlitian ini objek penelitiannya kepada nasabah BSI KCP Kencong
8	Ahmad Yudin (2021)	Pengaruh manfaat, kepercayaan, kemudahan mobile banking terhadap minat nasaba menggunakan mobile banking di Bank Syariah indonesia Kc 3 Palangka Raya	Sama-sama membahas tentang minat nasabah dalam menggunakan mobile banking dan objeknya sama di bank syariah Indonesia	Populasi yang digunakn dalam penelitian terdahulu sebanyak 416 orang dan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, sedangkan dalam penelitian ini

				sampel yang digunakan berjumlah 95 nasabah.
9	Fitriani (2021)	Pengaruh teknologi dan kepercayaan terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking pada nasabah bank syariah Indonesia KCP Muara Bulian	Sama-sama membahas tentang pengaruh kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dan objek penelitiannya sama di Bank Syariah. Dalam pengambilan sampel sama-sama menggunakan metode <i>probability sampling</i> dengan teknik <i>simple random sampling</i> .	Responden yang digunakan dalam penelitian terdahulu sebanyak 85 sedangkan responden yang digunakan dalam penelitian sekarang sebanyak 95 nasabah.
10	Hery Harianto (2021)	Pengaruh persepsi penggunaan (<i>ease of use</i>), kenyamanan (<i>convenience</i>), kepercayaan (<i>trust</i>), dan ketersediaan fitur (<i>feature avability</i>) terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking klik BCA (studi kasus pada Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama Pangkal Pinang)	sama-sama membahas tentang pengaruh kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap minat nasabah dalam menggunakan suatu produk perbankan.	Dalam penelitian terdahulu fokus penelitiannya terhadap minat nasabah dalam menggunakan internet banking klik BCA sedangkan dalam penelitian sekarang membahas tentang mobile banking.
11	Wafid Renaldi (2021)	pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap minat	Sama-sama membahas tentang kemudahan dan	Pada penelitian terdahulu teknik

		menggunakan layanan mobile banking BNI syariah dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi	kepercayaan terhadap minat nasabah dalam penggunaan mobile banking. Pada penelitian terdahulu hasil pembahasan pada variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.	pengambilan sampel menggunakan metode <i>non probability sampling</i> sedangkan dalam penelitian ini menggunakan teknik <i>probability sampling</i> dengan metode <i>simple random sampling</i> .
--	--	--	---	---

Sumber: data Diolah

Dari tabel penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa tidak ada penelitian yang sama dengan yang sedang dibahas peneliti. Disini peneliti menggunakan variabel kemudahan akses (X1), Trust (X2), Keamanan (X3) terhadap minat nasabah (Y). maka disini peneliti akan membahas sesuai judul yaitu pengaruh kemudahan akses, trust, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong.

B. Kajian Teori

a. Pemasaran jasa

1. Pengertian pemasaran jasa

Menurut Payne dalam Hurriyati pemasaran jasa merupakan suatu proses mempersiapkan, memahami,

menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber-sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.³⁹ Dengan demikian manajemen pemasaran jasa merupakan proses penyaluran sumber-sumber sebuah organisasi terhadap kebutuhan pasar. Pemasaran memberi perhatian pada hubungan timbal balik yang dinamis antara produk dan jasa perusahaan, keinginan dan kebutuhan pelanggan serta kegiatan-kegiatan para pesaing menggunakan bauran pemasaran yang merupakan unsur-unsur internal penting yang membentuk program pemasaran sebuah organisasi.

Konsep bauran pemasaran tradisional menurut Zeithaml dan bitner terdiri dari 4P, yaitu Produk (*Product*), harga (*Price*), tempat/lokasi (*place*), dan promosi (*promotion*). Sementara itu untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu orang (*people*), fasilitas fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*), sehingga menjadi 7P. masing-masing dari tujuh unsur bauran pemasaran tersebut saling berhubungan dan tergantung satu sama lainnya dan mempunyai

³⁹ Rudy Haryanto, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, (Pamekasan:Duta Media Publishing,2020), 1

suatu bauran yang optimal sesuai dengan karakteristik segmennya⁴⁰

2. Pemasaran Jasa Bank Dan Kepercayaan Nasabah

Sebagai lembaga keuangan, bank juga memerlukan adanya pemasaran jasa. Amrin menyatakan, bagi dunia perbankan yang merupakan badan usaha yang berorientasi pada profit, kegiatan pemasaran sudah merupakan suatu kebutuhan utama dan sudah merupakan suatu keharusan.⁴¹ Tanpa kegiatan pemasaran jangan diharapkan kebutuhan dan keinginan nasabah akan terpenuhi. Oleh karena itu, bagi dunia perbankan perlu mengemas kegiatan pemasarannya secara terpadu dan terus-menerus melakukan riset pasar. Pemasaran jasa perbankan harus dikelola secara professional, sehingga kebutuhan dan keinginan nasabah akan segera terpenuhi dan terpuaskan. Pengelolaan pemasaran bank yang professional inilah yang disebut dengan manajemen pemasaran bank.

Menurut Amrin tujuan pemasaran jasa bank adalah sebagai berikut:

1. Memaksimumkan konsumsi atau dengan kata lain memudahkan dan merangsang konsumsi, sehingga

⁴⁰ Ibid.,2

⁴¹ Ibid.,14

dapat menarik nasabah untuk membeli produk yang ditawarkan secara berulang-ulang.

2. Memaksimalkan kepuasan konsumen melalui berbagai layanan yang diinginkan nasabah.
3. Memaksimalkan pilihan (ragam produk) dalam arti bank menyediakan berbagai jenis produk sehingga nasabah memiliki beragam pilihan.
4. Memaksimalkan mutu hidup dengan memberikan berbagai kemudahan kepada nasabah dan menciptakan iklim yang efisien.

Kepercayaan nasabah terhadap bank sangat penting artinya untuk kemajuan bank tersebut di masa yang akan datang. Karena pada dasarnya bank hanyalah sebagai lembaga perantara antara nasabah simpanan (tabungan) yang memiliki kelebihan dana dengan nasabah kredit yang memerlukan pinjaman dana. Bahkan sumber dana yang dikelola oleh bank secara umum bersumber dari dana pihak ketiga (DPK), sehingga kepercayaan nasabah terhadap bank sangat menentukan keberhasilan bank dalam mengumpulkan dana pihak ketiga. Apabila nasabah memiliki tingkat kepercayaan yang rendah maka mereka akan meninggalkan bank tersebut dan berupaya mencari bank

lain yang mereka anggap lebih kredibel (dapat dipercaya). Karena itu, dalam hal memberikan layanan jasa perbankan, setiap bank dituntut untuk mampu meningkatkan kepercayaan (*Trust*) setiap nasabahnya.

Kepercayaan (*Trust*) tidak begitu saja dapat diakui oleh pihak lain/mitra bisnis, melainkan harus dibangun mulai awal dan dapat dibuktikan. *Trust* telah dipertimbangkan sebagai katalis dalam berbagai transaksi antara penjual dan pembeli agar kepuasan konsumen dapat terwujud.

b. Pelayanan

1. Definisi Pelayanan Secara Umum

Layanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud atau tidak dapat dimiliki. Dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lainnya atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁴²

Dalam kamus besar bahasa Indonesia dijelaskan bahwa arti pelayanan sebagai usaha yang membantu melayani kebutuhan orang lain, sedangkan arti dari melayani adalah

⁴² Dwi Suhartanto, Tjetjep Djatnika dkk, *Ritel pengelolaan dan pemasara*, (Bandung:Alfabeta, 2017), 38

membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan seseorang.⁴³

Pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai keramahan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Pelayanan diberikan sebagai tindakan seseorang atau organisasi guna memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau nasabah. Dan cara dalam melakukan pelayanan dapat dilakukan dengan cara langsung melayani pelanggan.⁴⁴ Beberapa para ahli mengemukakan pendapat tentang definisi pelayanan sebagai berikut:

1. Menurut Kotler pengertian dari pelayanan adalah setiap tindakan dalam kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kegiatan konsumen dan tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.⁴⁵
2. Moenir juga mengatakan pelayanan umum merupakan kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan factor material melalui sistem,

⁴³ Ahmad Sugiono, *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010), 244

⁴⁴ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: Raja Grafindo, 2005), 15

⁴⁵ Tjiptono, Fandy. Gregorius Chandara, *service, Quality & Statisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011),

prosedur dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai haknya. Moenir mengatakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standard baik waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standart manajemen dapat merencanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.

3. Menurut Parasuraman definisi kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka peroleh atau terima. Menurut parasuraman kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi antara lain:
 - a. Bukti langsung (*Tangibles*) merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal.
 - b. Keandalan (*Reliability*) kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
 - c. Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada

pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

- d. Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan
- e. Pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.⁴⁶

Berkaitan dengan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang, organisasi guna untuk melayani hal-hal yang diperlukan oleh konsumen atau nasabah untuk mencapai kepuasan. Dan pelayanan dapat dilakukan dengan cara melayani secara langsung kepada nasabah yang artinya karyawan langsung berhadapan dengan nasabah atau menetapkan sesuatu dimana nasabah sudah tahu tempatnya untuk melakukan hal-hal yang dibutuhkan dan juga bisa melakukan pelayanan melalui telepon. Tindakan yang dilakukan

⁴⁶ Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, Servqual, *A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*, Journal of Retailing, (Marketing Science Institute), 12-40

guna memenuhi kebutuhan nasabah akan suatu produk jasa yang mereka butuhkan.

2. Teori Pelayanan Dalam Pandangan Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan. Al-Qur'an diturunkan oleh Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala suatu permasalahan dalam kehidupan. Dalam agama islam diajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun jasa/pelayanan hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, dan jangan memberikan suatu pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
 وَلَسْتُمْ بِعَاخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani, yang dimana dalam *service* (pelayanan) harus mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya akan mengenai nilai tambah nasabah dan pada akhirnya memperkuat posisi dalam kekuatan produk nasabah. Dengan adanya nilai tambah dan kekuatan produk yang tertanam, loyalitas nasabah pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan lagi.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.⁴⁷

Kualitas apabila dikelola dengan tepat maka akan menimbulkan kepercayaan dan loyalitas nasabah kepada produk yang ditawarkan suatu perusahaan. Kualitas dalam pelayanan memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Albrecht dan *zamke* menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat dilihat dari dua pendekatan yang penting

⁴⁷ Philip Kotler And Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2008),143

untuk diterapkan secara berkesinambungan agar menjaga kualitas layanan tetap baik yaitu:

1. *Service Triangel* (segitiga pelayanan) adalah suatu model interaktif manajemen layanan yang mencerminkan hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya. Dalam model ini memiliki tiga elemen yaitu:

- a. *Service Strategy* (Strategi pelayanan)
- b. *Service people* (sumber daya manusia yang memberikan pelayanan)
- c. *Service Sistem* (sistem pelayanan).

2. *Total Quality Service* (TQS), merupakan penjabaran dari segitiga layanan tetapi memiliki lima elemen yang saling terkait yaitu:

- 1) *Market and customer research* (riset pasar dan pelanggan).
- 2) *Strategy Formulation* (perumusan strategi)
- 3) *Education, training, and communication* (pendidikan, pelatihan dan komunikasi).
- 4) *Process improvement* (penyempurnaan proses).

5) *Assessment, measyrement, feedback*
(penilaian, pengukuran, dan umpan balik).⁴⁸

c. *Theori of reasoned action (TRA)*

Theory of reasoned action (TRA) merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku yang berubah berdasarkan hasil dari niat perilaku, sedangkan niat perilaku di pengaruhi oleh norma sosial dan sikap individu terhadap perilaku.⁴⁹

Menurut lee & Kotler *theory of reason action* yang dikembangkan oleh ajzen dan fishbein, menyatakan bahwa prediksi terbaik mengenai perilaku seseorang adalah berdasarkan minat orang tersebut. Minat perilaku didasari oleh 2 faktor utama antara lain:

1. Kepercayaan individu atas hasil dari perilaku yang dilakukan
2. Persepsi individu atas pandangan orang-orang terdekat terhadap perilaku yang dilakukan.

Dijelaskan dalam TRA (*theory of reasoned action*) bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang dapat merubah bentuk keinginan berperilaku baik secara tersusun maupun terjadi secara begitu saja dalam perilaku seseorang. Dalam teori ini menegaskan peran dari “niat”

⁴⁸ Farid Firmansyah dan Rudi Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa*,(Pamekasan: Duta Media, 2019), 13

⁴⁹ Eagle, L.,Dahl, S., Hill, S., Bird, S., Spotswood, F., Tapp, A. *Social Marketing*. Pearson Prentice Hall: London

seseorang dalam menentukan sebuah perilaku yang akan terjadi.

d. Kemudahan Akses

1. Pengertian kemudahan akses

Pengertian kemudahan akses atau kemudahan penggunaan menurut Davis (*perceived easy of use*) adalah seseorang percaya menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Kemudahan merupakan kepercayaan seseorang dimana dalam menggunakan suatu teknologi dapat dengan mudah digunakan dan dipahami.⁵⁰

Kemudahan penggunaan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah dan dapat dipahami dengan mudah.⁵¹

Dapat diketahui bahwa kemudahan penggunaan atau kemudahan akses merupakan suatu kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan tentang pengambilan keputusannya. Jika nasabah percaya dan yakin dengan teknologi yang ada dan mudah untuk digunakan atau di akses maka nasabah akan dengan senang hati menggunakan layanan perbankan tersebut. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses atau kemudahan penggunaan merupakan tingkatan

⁵⁰ Zaki Baridwan, Santrika Sari Ayu Tjini, *Kemudahan Penggunaan*, (Yogyakarta: Erlangga, 2014)

⁵¹ Jogiyanto, *Sistem Informasi Keperilakuan*, (Yogyakarta: Andi, 2007), 129

bagaimana seseorang dapat percaya dengan penggunaan sistem bukan hal yang sulit untuk dipahami. Apabila suatu sistem dapat digunakan dengan mudah maka nasabah akan mengulang-ulang untuk menggunakan teknologi tersebut.

Menurut Davis dalam Irmadhani dan Adhi dimensi dalam kemudahan akses di bagi menjadi :

1. Interaksi individu dengan sistem jelas dan mudah dimengerti (*clear and understandable*)
2. Tidak membutuhkan banyak usaha
3. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu lakukan

Adapun indikator dari kemudahan akses menurut Davis dan Vankatesh dalam Irmadhani dan Adhi adalah⁵²:

1. Mudah dipelajari
2. Mudah dioperasikan
3. Flexible

e. Trust / Kepercayaan

1. Pengertian Trust

Kepercayaan dapat diartikan sebagai kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain

⁵² Adhi, N.M & Irmadhani “pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan pengguna dan pengaruh kemanfaatan, keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan online banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Jurnal Bisnis*, Vol 14, No 1 (2018), 1-20

berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu kepada orang yang mempercayainya.

Beberapa pendapat para ahli tentang pengertian kepercayaan antara lain:

- a. Menurut *Gumusoy* yang dikutip oleh Risma Afifah (2017), kepercayaan mengacu pada keyakinan pengguna Mobile Banking kepada penyedia layanan Mobile Banking dalam hal kompetensinya untuk memberikan kepercayaan.⁵³
- b. Menurut *Lau dan Lee* yang dikutip oleh Nurul Hidayat (2018) Kepercayaan sebagai kesediaan individu untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud kepercayaan adalah suatu sikap atau keyakinan seseorang terhadap orang lain, organisasi. Yang dimaksud dari kepercayaan nasabah terhadap penggunaan layanan mobile banking adalah suatu

⁵³ Risma Afifa, *pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, Skripsi,(Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah,2017), 35

keyakinan nasabah terhadap pihak bank dalam melakukan segala transaksi perbankan yang digunakan.

Dimensi kepercayaan menurut Giunaliau sebagai berikut:

1. Kejujuran, usaha perusahaan dalam membangun kepercayaan
2. Kebijakan adalah tindakan yang dilakukan perusahaan dalam mencerminkan nama baik dan sikap perusahaan
3. Kompetensi adalah faktor yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan nasabah.

Adapun indikator dari kepercayaan adalah:

1. Kredibilitas (kualitas perusahaan untuk menimbulkan rasa kepercayaan)
2. Kepedulian (menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dan mementingkan kondisi nasabah)

f. Keamanan

1) Pengertian keamanan

Keamanan adalah persepsi nasaabah terhadap kemampuan Bank untuk melindungi informasi personal yang didapat dari transaksi elektronik terhadap pengguna

yang tidak berwenang. Keamanan transaksi elektronik membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadinya terjamin saat bertransaksi melalui mobile banking. Dalam menggunakan layanan mobile banking keamanan data merupakan hal penting yang harus selalu diperhatikan karena dalam transaksi online resiko hilangnya kerahasiaan merupakan factor yang signifikan yang dapat mempengaruhi kepercayaan nasabah dalam menggunakannya. Kekhawatiran utama yang dirasakan bagi nasabah dalam melakukan transaksi online atau mobile banking adalah pada kurangnya pengendalian terhadap kerahasiaan data pribadi yang dapat mengakibatkan penyalahgunaan.⁵⁴

Menurut Flavian persepsi keamanan merupakan kemungkinan kepercayaan subjektif yang dimiliki pengguna bahwa informasi pribadi mereka tidak dilihat, disimpan, dan dimanipulasi oleh pihak lain. Sehingga secara konsisten menimbulkan harapan kepercayaan dari mereka. Kepercayaan nasabah ini perlu diperhatikan sebab maraknya kejahatan yang mungkin dihadapi oleh pengguna internet

⁵⁴ Hadi s& Novi,N, *factor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile Banking* (jurnal ekonomi dan pembangunan:Vol 5 No.01, 2015), 55-56

sehingga dapat mempengaruhi seseorang untuk menggunakan layanan *mobile banking* atau tidak.⁵⁵

Pihak penyedia layanan Mobile Banking harus dapat menjamin keamanan data nasabahnya. Pihak Bank harus menyediakan teknologi keamanan yang sesuai standard, sehingga data para nasabah tidak dapat dicuri dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

2) **Komponen Dasar Keamanan**

Dalam sistem keamanan terdapat tiga komponen dasar yang harus diperhatikan diantaranya:

- a. *Confidentiality*, merupakan data atau informasi dan sumber daya yang disembunyikan yang berkaitan dengan pencegahan akan pengaksesan terhadap informasi, data dan sumber daya yang dilakukan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.
- b. *Integrity*, berkaitan dengan pencegahan modifikasi informasi yang dilakukan oleh pihak yang tidak berhak.
- c. *Availability*, merupakan aspek yang penting dalam mendesain sistem. *Availability* dapat melakukan pencegahan akan penguasaan informasi atau sumber daya oleh pihak yang tidak berhak.

⁵⁵ Flavia'n C., & M, " *Customer Trust, Perceived Security And Privacy Policy Three Basic Elements Of Loyalty To A Web Site*". Industrial Management & Data System.

g. Minat Nasabah

1) Pengertian Minat Nasabah

Beberapa definisi minat nasabah menurut para ahli sebagai berikut:

- a. Menurut Yudrik Jahja, minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang. Minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif, motoric dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan.⁵⁶ Minat berhubungan dengan suatu yang menguntungkan dan menimbulkan kepuasan bagi dirinya.
- b. Menurut Ikhwan Susila dan Fathurrachman, dalam jurnal Martin, minat konsumen adalah hasil dari evaluasi terhadap merek dan jasa. Tahapan terakhir dari proses tersebut adalah pengambilan keputusan secara kompleks termasuk menggunakan merek atau jasa yang diinginkan, mengevaluasi merek atau jasa tersebut pada saat digunakan dan menyimpan informasi untuk digunakan pada masa yang akan datang.⁵⁷

⁵⁶ Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011), 63

⁵⁷ Martin, Hendang Setyo Rukmi, Hari Adianto, *Usulan Peningkatan Minat Konsumen dalam Pembelian Produk Handphone Samsung Berdasarkan Variabel-variabel yang mempengaruhinya menggunakan structural Equation Modeling*, (Jurnal Online Institut Teknologi Nasional: Vol 1 No.4, 2014), 132

- c. Menurut Airus Juliansya Minat nasabah adalah perasaan suka dan saling berhubungan antara seseorang dengan suatu hal atau aktifitas tanpa ada paksaan dari pihak lain. Dimana hal tersebut berasal dari pengenalan kebutuhan dan proses informasi konsumen yang apada akhirnya akan terbentuk pengambilan keputusan.

Dari pengertian diatas dapat disimpulakn bahwa yang dimaksud minat nasabah adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian timbul ketertarikan untuk mencoba produk tersebut dan akhirnya timbul keinginan untuk memiliki suatu produk.

2) Tahapan Minat Nasabah

Tahapan minat nasabah dapat dipahami melalui model AIDA sebagai berikut:

a. Perhatian (*Attention*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam menilai suatu produk atas jasa sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, selain itu calon pelanggan juga mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan.

b. Tertarik (*Interest*)

Dalam tahap ini pelanggan mulai tertarik untuk membeliproduk atau jasa yang ditawarkan, setelah

mendapatkan informasi yang leboh terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

c. *Hasrat (Desire)*

Calon pelanggan mulai memikirkan serta berdiskusi mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, karena hasrat dan keinginan untuk membeli mulai timbul. Dalam tahapan ini calon pelanggan sudah mulai mempunyai minat terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dengan ditandai munculnya minat yang kuat dari calon pelanggan untuk membeli dan mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

d. *Tindakan (Action)*

Pada tahap ini pelanggan telah mempunyai kemantapan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk dan jasa yang telah ditawarkan.⁵⁸

3) **Factor-faktor yang Mempengaruhi Minat**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat terhadap suatu keputusan nasabah untuk menggunakan produk dan jasa secara garis besar berasal dari dalam individu (internal) dan faktor internal yang mempengaruhi minat adalah sebagai berikut:

⁵⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontramporer*, (Bandung:Alfabeta, 2017), 165

a. Persepsi

Persepsi merupakan suatu proses seseorang untuk mendapatkan, mengorganisasi, megelolah, dan menginterpretasikan informasi.

b. Keluarga

Keluarga merupakan kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal.

c. Motivasi

Motivasi merupakan adanya suatu kebutuhan dan kebutuhan sendiri biasanya muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhannya.

d. Pengetahuan

Secara umum dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan didalam ingatan seseorang. Pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan pembelian dan pengetahuan pemakaian.

e. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan pada diri seseorang yang biasanyandipengaruhi oleh kejadian dan pengalaman yang tidak terduga sebelumnya dan ditunjukkan terhadap suatu objek, bisa personal atau nonpersonal.

h. Mobile Banking

1) Pengertian Mobile Banking

Mobile banking adalah suatu layanan perbankan yang dapat di akses secara langsung melalui *telephone/handphone* dengan menggunakan SMS. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif terhadap nasabah, promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan oleh konsumen terhadap teknologi. *Mobile banking* ini mengkombinasikan teknologi informasi dan aplikasi bisnis secara bersama-sama. Dengan adanya *mobile banking*, dapat mempermudah nasabah untuk memperoleh suatu layanan perbankan selama 24 jam tanpa harus mendatangi kantor cabang untuk melakukan transaksi secara personal. *Mobile banking* merupakan layanan perbankan relative baru yang di tawarkan oleh perbankan kepada nasabahnya karena kenyamanan dalam menggunakan dan dapat menghemat waktu, dan nasabah sejauh ini menghargai kenyamanan itu.⁵⁹

Bank melalui perkembangan teknologininformasi yang semakin meningkat, telah menciptakan strategi baru yang memfokuskan pada kepuasan nasabah melalui

⁵⁹ Dini Haryati Dan Ayu Feranika, *Sistem Informasi Perbankan* (Sumatra Barat: CV Insan Cendekia Mandiri,2021), 116.

penawaran produk dan layanan yang lebih baik lagi serta dapat meminimalkan biaya operasional. Dalam mobile banking fitur layanan merupakan hal-hal apa saja yang dapat nasabah lakukan dengan menggunakan mobile banking diantaranya adalah informasi saldo, mutasi rekening, transfer dana, pembayaran (tagihan PLN, tagihan PDAM, tagihan ponsel), pembayaran asuransi, pembayaran tiket pesawat, tiket kereta api, isi ulang pulsa.

Menurut Gummeson dan Lovelock menyatakan bahwa kualitas layanan mobile banking dibagi menjadi empat yaitu:

- a. *Security*, adalah jaminan keamanan dalam setiap layanan mobile banking
- b. *Speed*, kecepatan/kemudahan akses nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking
- c. *Trust*, adalah kepercayaan nasabah terhadap bank dalam melakukan transaksi mobile banking
- d. *Accuracy*, adalah ketepatan dan keakuratan dalam memperoleh informasi mengenai mobile banking.

2) Produk Layanan Perbankan

Melihat kemajuan internet saat ini telah diiringi dengan kemajuan teknologi yaitu berupa koneksi data yang mampu terhubung melalui jaringan kabel atau tanpa kabel. Dari kemajuan teknologi tersebut pihak bank dapat mengembangkan berbagai macam produk layanan antara lain:

- a. *SMS Banking* (Via SMS)
- b. *Internet banking* (melalui internet/komputer)
- c. *Mobile banking* (melalui handphone).⁶⁰

3) Manfaat Mobile Banking

Adapun manfaat bagi nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking adalah:

- a. Membuat pekerjaan menjadi lebih mudah yang dapat menghemat waktu dan tenaga
- b. Praktis dan efisien
- c. Mutasi rekening sampai 12 bulan ke belakang
- d. Dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja secara real time.
- e. Untuk transaksi financial dilengkapi dengan pengamanan berupa OTP (one time password).⁶¹

⁶⁰ Syafril, *Bank & Lembaga Keuangan Modern* (Jakarta: Kencana, 2020), 116.

⁶¹ Jeffry Z.C Nelwan, Dkk, *Layanan Internet Banking Dan Mobile Banking Di Bank Bukopin* (Jawa Barat: Penerbit Media Sains Indonesia, 2021), 34.

Manfaat tersebut dapat meningkatkan kinerja dan berdampak terhadap penggun teknologi.⁶²

4) Dampak Penggunaan Mobile Banking

Adapun dampak menggunakan mobile banking bagi bank dan nasabah adalah:

1. Bagi bank, dampak yang diberikan mobile banking adalah memberikan keuntungan yang membuat nasabah lebih percaya dan mempunyai minat untuk menggunakan mobile banking karena kemudahan yang didapatkan, sehingga dapat mempengaruhi pendapatan bank yang semakin naik.
2. Bagi nasabah, manfaat adanya mobile banking adalah semakin mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi perbankan.

⁶² Dwita Pratiwi Wulandari, *Factor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Menggunakan Layanan Mobile Banking Di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Lubuk Pakam*, Skripsi (Sumatera Utara: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2018),20.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

Lokasi yang dijadikan dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong yang terletak di jl. Krakatau No. 45, Ponjen, Kencong, Kecamatan Kencong kabupaten Jember Jawa Timur. Untuk lebih mengetahui tentang masalah objek dan gambaran maka akan dikemukakan secara sistematis tentang objek penelitian sebagai berikut:

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong Jember

Sebelum terjadi penggabungan dari ketiga bank syariah di Indonesia, awalnya masih berstatus Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah KCP Kencong Jember yang pertama kali didirikan pada 1 April 2013 tepatnya di jl. Krakatau No.45, Dusun krajan Desa kencong, Kabupaten Jember, Jawa timur 68187.⁶³

PT. Bank Negara Indonesia (BNI) syariah merupakan suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan yang kegiatannya memberikan suatu pelayanan kepada masyarakat, baik jasa maupun produk perbankan lainnya. Bank syariah dibentuk secara mandiri melalui tim proyek internal. Dari awal didirikannya BNI tanggal 5 Juli 1946 secara resmi pertaman kali yang dimiliki Indonesia, BNI menjadi pelopor terciptanya berbagai layanan dan produk jasa perbankan. BNI dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa kehadirannya sangat penting

⁶³ Denis Bagus, *dokumentasi*, Kencong, 6 Juli 2022.

dalam dunia perbankan. Kepercayaan yang diberikan masyarakat kepada BNI karena menjadi BNI sebagai pilihan untuk tempat menyimpan segala macam kekayaan yang terpercaya dari masyarakat.

Status BNI syariah sebagai unit usaha syariah dinyatakan bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Pada tanggal 19 Juni 2010 BNI syariah mulai beroperasi sebagai bank umum syariah (BUS). Beroperasinya BNI Syariah Mulai dari awal hingga sekarang ini menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan. Dalam komitmen pemerintah untuk mengembangkan perbankan syariah juga semakin kuat dan kesadaran dalam unggulan produk-produk perbankan syariah yang semakin meningkat dikalangan masyarakat.

2. Visi dan misi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong

a. Visi Bank Syariah Indonesia

1. Amanah

Memegang teguh kepercayaan yang diberikan

2. Kompeten

Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas

3. Harmonis

Saling peduli dan menghargai perbedaan

4. Loyal

Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan Negara

5. Adaptif

Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan

6. Kolaboratif

Membangun kerjasama yang sinergis

b. Misi Bank Syariah Indonesia

1. Memenuhi janji dan komitmen

2. Bertanggung jawab atas tugas keputusan dan tindakan yang dilakukan

3. Berpegang teguh kepada nilai moral etika

4. Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah

5. Membantu orang lain belajar

6. Menyelesaikan tugas dengan kualitas yang baik

7. Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya

8. Suka menolong orang lain

9. Membangun lingkungan kerja yang kondusif

10. Menjaga nama baik sesama karyawan, pimpinan, BUMN dan Negara

11. Rela berkorban untuk mencapai tujuan yang lebih besar

12. Patuh kepada pimpinan sepanjang tidak bertentangan hukum dan etika

13. Cepat menyesuaikan diri untuk menjadi lebih baik

14. Terus menerus melakukan perbaikan mengikuti perkembangan teknologi
15. Bertindak proaktif
16. Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi
17. Terbuka dalam bekerja sama untuk menghasilkan nilai tambah
18. Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.⁶⁴

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong

Struktur organisasi merupakan suatu susunan berbagai komponen atau unit kerja dalam sebuah organisasi. Adapun susunan struktur organisasi pada Bank BSI KCP Kencong sebagai berikut:

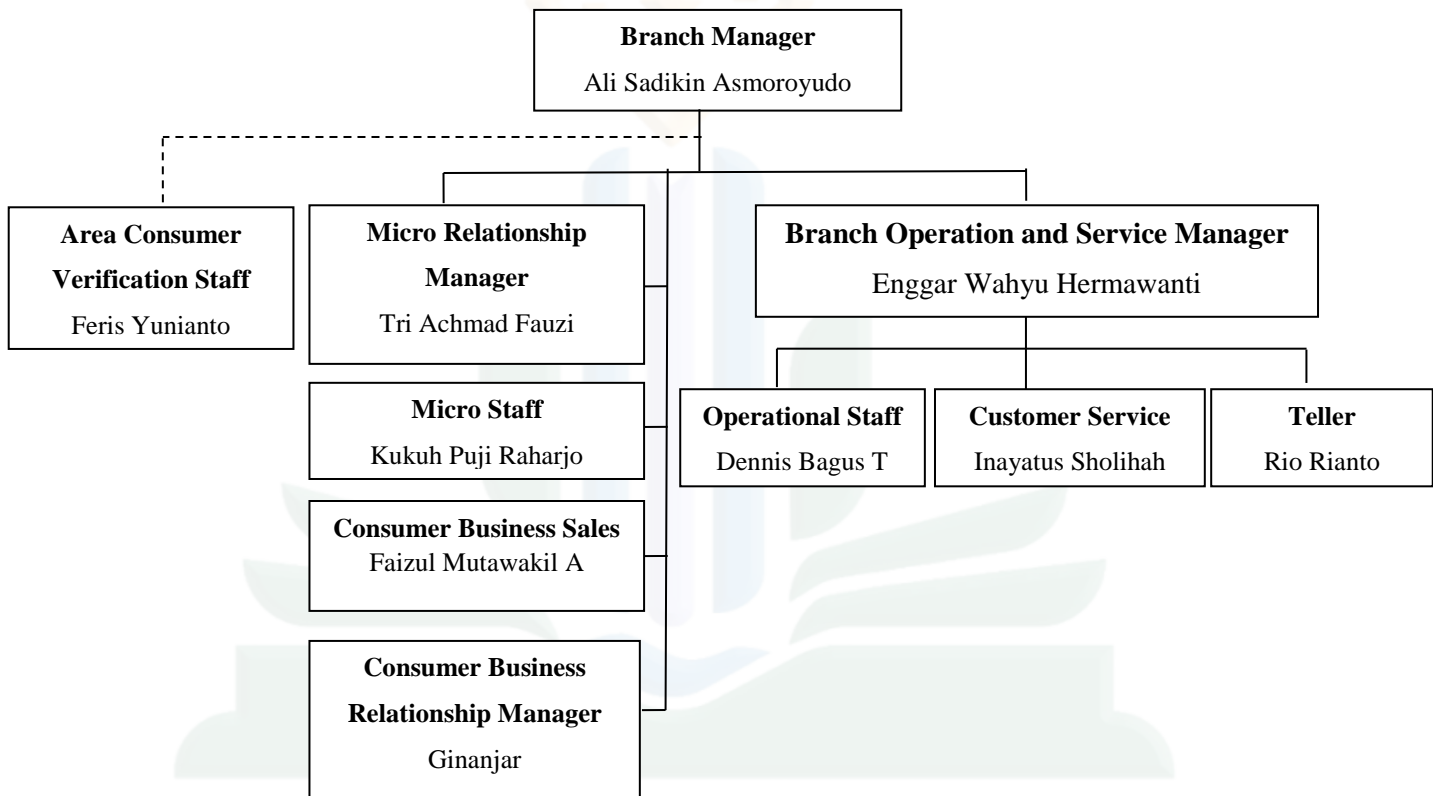
UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

⁶⁴ Denin Bagus, *dokumentasi*, Kencong 6 Juli 2022.

Gambar 3.1
Struktur Organisasi BSI KCP Kencong



(sumber: BSI KCP Kencong Jember)

4. Produk dan Jasa di Bank Syariah Indonesia (BSI) KCP Kencong

Setiap usaha lembaga tentunya memiliki produk, produk inilah yang bisa menentukan maju atau tidaknya lembaga tersebut. Di BSI KCP Kencong Jember ini memiliki berbagai macam produk yang diantaranya :

a. Tabungan

1. Tabungan Easy Wadiah dan Mudharabah

Tabungan Easy merupakan produk tabungan unggulan dari BSI. Bagi nasabah tabungan ini akan mendapatkan fasilitas

kartu ATM dan layanan *mobile banking*. Tabungan Easy dibagi menjadi dua, yaitu Easy Wadiah dan Easy Mudharabah

2. TabunganKU

Sama dengan tabungan bank-bank lainnya, BSI juga memiliki produk TabunganKu. Produk ini diluncurkan untuk nasabah perorangan dengan syarat yang mudah dan ringan. Kemudahan tersebut diharapkan mampu meningkatkan budaya menabung di semua kalangan masyarakat.

3. BSI Giro

Tabungan Giro adalah produk tabungan untuk perorangan atau badan usaha dalam bentuk rupiah maupun mata uang asing. Tapi giro di BSI hanya bisa menggunakan rupiah saja.

Penarikan saldo dapat dilakukan kapan saja, namun harus selama jam kerja, dengan menggunakan cek, bilyet giro, maupun kartu debit. Dana dalam BSI Giro akan dikelola oleh BSI dengan prinsip akad wadiah dengan perjanjian bonus sebesar 3% dari total keuntungan hasil pengelolaan dana.

Untuk membuka tabungan ini nasabah harus melakukan setoran awal sebesar Rp. 500.000 dan saldo minimal juga Rp. 500.000.

4. Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia yang diperuntukan bagi nasabah perorangan untuk mempersiapkan masa tua mereka. Dana nasabah akan diserahkan ke Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan BSI.

5. Tabungan Mabruur

Tabungan ini berbentuk tabungan rupiah, yang dikhususkan untuk persiapan keberangkatan haji dan umroh nasabah. Setoran awal untuk membuka Tabungan Mabruur terbilang ringan, cukup Rp. 100.000. jika sudah terkumpul sampai Rp. 25.100.000, akan didaftarkan ke Siskohat Kementerian Agama.

b. Produk Pinjaman

1. Bilateral Financing

Bilateral Financing adalah layanan pemberian fasilitas pembiayaan dalam mata uang rupiah dan asing untuk keperluan modal kerja jangka pendek atau untuk maksud yang lain ke instansi keuangan Bank dan/ non bank.

2. BSI Cash Collateral

Fasilitas pinjaman yang ditanggung dengan jaminan likuid, yakni ditanggung dengan simpanan berbentuk Deposito, Giro, atau Tabungan. Produk Cah Collateral mempunyai

keunggulan keringanan proses pengajuan dan optimal pembiayaan sampai 90% dari nilai simpanan.

3. BSI Distributor Financing

Produk Distributor Financing adalah produk pinjaman Post Financin (dana talangan untuk membayar lebih dulu invoice atas pekerjaan yang sudah selesai) yang dikasih ke vendor khusus yang kerjakan kontrak pekerjaan dengan bou wheer.

4. BSI Griya Hasanah

Layanan pinjaman kepemilikan rumah untuk bermacam keperluan seperti pembelian rumah baru / rumah second / ruko / rukan/ apartemen, kavling siap untuk bangun, pembangunan atau perbaikan rumah, ambil alih pembiayaan dari bank lain dan refinancing untuk pemenuhan kebutuhan nasabah.

5. BSI Griya Konstruksi

Produk pembiayaan bank syariah indonesia untuk pembelian rumah baru, rumah second, ruko, rukan, dan apartemen dengan biaya sesuai BFM produktif dan biaya administrasi sejumlah 1%.

6. BSI Griya Mabror

Program pembiayaan kepemilikan rumah berhadiah porsi haji sesudah pembyaran lancar sepanjang dua tahun. Pinjaman ini mempunyai biaya ringan dengan pola layanan syariah yang dipastikan tiap biaya sesuai tujuannya.

7. BSI Griya Simuda

Layanan utang pemilikan rumah untuk umur muda memiliki rumah impian dengan plafond pembiayaan semakin tinggi dan cicilan ringan. Menawarkan plafond pembiayaan lebih besar sampai ringan. Menawarkan plafond pembiayaan lebih besar sampai 120% dengan extra tenor sampai 30 tahun.

8. BSI Griya Swakarya

Layanan pembiayaan kepemilikan rumah untuk macam keperluan. Keunggulan dari produk pinjaman ini yakni konsep rill murabahah, pemilikan objek sudah milik Bank seutuhnya, dapat menyewakan asset rumah, pertama dan salah satu produk di industri perbankan.

9. BSI KUR Kecil

Fasilitas pinjaman yang ditujukan untuk usaha mikro, kecil dan menengah untuk penuhi keperluan modal kerja dan investasi dengan plafond di atas Rp. 50 juta sampai Rp. 500 Juta.

10. BSI KUR Mikro

Jenis produk pinjaman Bank Syariah Indonesia khusus untuk usaha mikro, kecil dan menengah untuk penuhi keperluan modal kerja dan investasi dengan plafond di atas Rp. 10 Juta s.d Rp. 50 Juta. Menawarkan syarat pengajuan yang mudah dan proses yang cepat

11. BSI KUR Super Mikro

Produk pembiayaan Bank Syariah Indonesia untuk usaha mikro, kecil, dan menengah untuk memenuhi keperluan modal kerja sekaligus investasi sejumlah Rp. 10 Juta.

12. BSI Mitraguna Beragun Emas (Non Qardh)

Pinjaman untuk maksud konsumtif atau produk yang memakai ikrar Murabahah/ Musyarakah Mutanaqishah/ Ijarah dengan jaminan berbentuk emas yang diikat dengan ikrar rahn, dimana emas yang digunakan diletakkan oleh Bank sepanjang periode tertentu.

13. BSI Mitraguna Berkah

Pinjaman untuk multiguna tanpa agunan dengan beragam manfaat dan kemudahan untuk karyawan *payroll* di Bank Syariah Indonesia. Pembiayaan Bank Syariah ini tawarkan limit pembiayaan dokter sampai 2 miliar dan karyawan sampai 1,5 miliar. Jenis pinjaman ini memberikan tenor sampai 15 tahun dengan cicilan yang ringan dan tetap.

14. BSI Multiguna Hasanah

Bank Syariah Indonesia mempunyai produk Multiguna Hasanah yang tawarkan fasilitas pembiayaan untuk :

- a. Pembelian barang keperluan konsumtif seperti perbaikan rumah, pembelian mebel rumah, dan lain-lain

- b. Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer untuk pernikahan, perawatan di dalam rumah sakit, pendidikan, agen travel agent, dan lain-lain
- c. Pengalihan utang pembiayaan konsumtif di instansi keuangan yang lain mempunyai underlying asset.

15. BSI Oto

Bank Syariah Indonesia Oto ialah pembiayaan pemilikan kendaraan bermotor seperti mobil, motor baru dan bekas dengan mudah dan cicilan tetap. Kelebihan produk pembiayaan BSI satu ini yakni limit semakin besar sekitar Rp. 350 Juta, tenor panjang sampai 15 tahun, cicilan ringan dan merealisasikan bermacam keperluan.

16. BSI Pensiun Berkah

Pinjaman yang diberikan kepada beberapa yang menerima manfaat pensiun bulanan, mencakup :

- a. Pensiunan ASN dan Pensiunan Janda ASN
- b. Pensiunan BUMN/BUMD
- c. Pensiunan dan Pensiunan Janda ASN/PNS yang belum masuk TMT Pensiun tetapi sudah terima SK Pensiun

17. BSI Umrah

Produk pinjaman Bank Syariah Indonesia konsumtif untuk penunji keperluan pembelian Jasa Paket Perjalanan Ibadah Umroh lewat Bank yang sudah bekerjasama dengan Travel

Agen sesuai prinsip syariah. Bank Syariah Indonesia Umrah berguna untuk membiayai perjalanan ibadah umrah dengan keluarga, optimal pembiayaan Rp. 200 Juta.

18. Mitraguna Online

Jenis pinjaman Bank Syariah Indonesia tanpa agunan untuk maksud multiguna berbagai manfaat dan keringanan untuk karyawan. Kemudahan pembiayaan tanpa jaminan lewat *Mobile Banking* dengan proses pencairan yang cepat dan tidak repot, hingga dapat dijangkau secara real time. Multiguna Online sudah mengaplikasikan konsep sesuai syariat islam.

B. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Identitas Responden

a. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Responden yang diambil dari penelitian yaitu sebanyak 95 nasabah dari BSI KCP Kencong Jember. Berikut data berdasarkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini:

Tabel 3.1

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	48	50.5	50.5	50.5
	PEREMPUAN	47	49.5	49.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari 95 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 48

responden atau 50,5% dan sisanya berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 47 responden atau 49,5%. Dapat disimpulkan dari data diatas bahwa jumlah pengguna BSI Mobile lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki dibandingkan perempuan.

b. Identitas responden berdasarkan usia

Responden yang diambil dari penelitian yaitu sebanyak 95 nasabah dari BSI KCP Kencong Jember. Berikut data responden berdasarkan usia.

Tabel 3.2
USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-24 tahun	48	50.5	50.5	50.5
25-34 tahun	31	32.6	32.6	83.2
35-43 tahun	10	10.5	10.5	93.7
44-52 tahun	3	3.2	3.2	96.8
>53 tahun	3	3.2	3.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data di olah dengan SPSS 22, 2022

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari 95 responden, jumlah responden yang berusia 17-24 tahun sebanyak 48 atau 50,5% responden, usia 23-34 tahun sebanyak 31 atau 32,6% responden, usia 35-43 tahun sebanyak 10 atau 10,5% responden, usia 44-52 tahun sebanyak 3 atau 3,2% responden, dan usia >53 tahun sebanyak 3 atau 3,2%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna Mobile banking (BSI Mobile) lebih banyak responden yang berusia

17-24 tahun karena pada usia tersebut merupakan usia yang masih produktif.

c. Identitas responden berdasarkan pekerjaan

Responden yang diambil dari penelitian yaitu sebanyak 95 nasabah dari BSI KCP Kencong Jember. Berikut data responden berdasarkan pekerjaan.

Tabel 3.3
PEKERJAAN

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid BUMD	1	1.1	1.1	1.1
BUMN	2	2.1	2.1	3.2
WIRASWASTA	35	36.8	36.8	40.0
PELAJAR/MAHASIS WA	31	32.6	32.6	72.6
TNI/POLRI	1	1.1	1.1	73.7
LAIN-LAIN	25	26.3	26.3	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: Data di olah dengan SPSS 22,2022

Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa dari 95 responden, responden yang menggunakan mobile banking yang bekerja sebagai BUMD sebanyak 1 atau 1,1% responden, BUMN sebanyak 2 atau 2,1%, wiraswasta sebanyak 35 atau 36,8%, pelajar/mahasiswa sebanyak 31 atau 32,6%, TNI/Polri sebanyak 1 atau 1,1%, dan lain-lain sebanyak 25 atau 26,3%. Dapat disimpulkan bahwa pengguna mobile banking lebih banyak digunakan oleh wiraswasta.

C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji instrument pengumpulan data

Sebelum dilakukan pengolahan data dari hasil jawaban angket (kuesioner), terlebih dahulu untuk melakukan uji validitas dan realibilitas pada setiap butir-butir pertanyaan pada masing-masing variable yang digunakan untuk mengetahui apakah layak atau tidak penggunaan butir pertanyaan masing-masing tersebut. Dalam melakukan pengujian instrument data ini dibantu dengan program aplikasi *SPSS Version*.

a. Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner dalam penelitian. Dalam pengujian ini, untuk tingkat validitasnya perlu dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. *Degree of freedom* (df) = $N-2$, N merupakan jumlah sampel. Maka dapat diperoleh besarnya $df = 95-2$ atau $df = 93$ dengan $\alpha 0,05$ (tingkat signifikansi untuk uji 2 arah), sehingga r tabel sebesar 0,2017 yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan melihat tabel r product moment seperti yang sudah terlampir pada lampiran. Jika r hitung (*person correlation*) lebih besar dari r tabel maka dapat dikatakan setiap butir pertanyaan valid. Berikut hasil uji validitas instrumen:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas X1 (Kemudahan Akses)

No	Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
1	X1.1	0,748	>	0,2017	Valid
2	X1.2	0,755	>	0,2017	Valid
3	X1.3	0,802	>	0,2017	Valid
4	X1.4	0,709	>	0,2017	Valid
5	X1.5	0,797.	>	0,2017	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari tabel di atas dengan ketentuan jumlah nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,2017 dan nilai r hitung berkisar 0,709 – 0,802 maka nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada uji validitas variabel kemudahan akses dinyatakan valid.

Tabel 3.5
Hasil uji validitas X2 (Trust)

No	Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
1	X2.1	0,765	>	0,2017	Valid
2	X2.2	0,795	>	0,2017	Valid
3	X2.3	0,756	>	0,2017	Valid
4	X2.4	0,769	>	0,2017	Valid

Sumber : data diolah dengan SPSS 22,2022

Dilihat dari tabel di atas dengan ketentuan jumlah nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,2017 dan nilai r hitung berkisar

0,756–0,795 maka nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada uji validitas variabel Trust dinyatakan valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas X3 (Keamanan)

No	Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
1	X3.1	0,901	>	0,2017	Valid
2	X3.2	0,907	>	0,2017	Valid
3	X3.3	0,901	>	0,2017	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22.2022

Dilihat dari tabel di atas dengan ketentuan jumlah nilai r hitung > r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,2017 dan nilai r hitung berkisar 0,901–0,907 maka nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada uji validitas variabel keamanan dinyatakan valid.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Y (Minat Nasabah)

No	Item Pertanyaan	R Hitung		R Tabel	Keterangan
1	Y1	0,721	>	0,2017	Valid
2	Y2	0,766	>	0,2017	Valid
3	Y3	0,747	>	0,2017	Valid
4	Y4	0,784	>	0,2017	Valid

Sumber : Diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari tabel di atas dengan ketentuan jumlah nilai r hitung $>$ r tabel dengan nilai r tabel sebesar 0,2017 dan nilai r hitung berkisar 0,721–0,784 maka nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pada uji validitas variabel minat nasabah dinyatakan valid.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengukuran variabel yang digunakan melalui pertanyaan pada kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara membandingkan *Cronbach's alpha* (α) dengan taraf signifikan yang digunakan. Dalam uji reliabilitas ini menggunakan taraf signifikansi 0,6. Suatu variabel dikatakan reliable, apabila nilai *Cronbach's alpha* $>$ 0,6 (taraf signifikan). Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel dengan jumlah responden sebanyak 95.

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Kemudahan Akses (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

Sumber data diolah dengan SPSS 22, 2022

Dari hasil pengolahan data didapatkan tabel diatas bahwa pada variabel kemudahan akses memiliki *Cronbach's alpha* sebesar 0,815 $>$ 0,60 (taraf signifikansi) dengan jumlah 5 item

pertanyaan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan akses bersifat *reliable*, artinya jawaban dari responden terhadap pertanyaan mengenai variabel kemudahan akses yaitu konsisten atau tetap dari waktu ke waktu.

Tabel 3.9
Hasil Uji Reliabilitas Trust (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

Sumber : data di olah dengan SPSS 22, 2022

Dari hasil pengolahan data yang didapatkan tabel di atas menunjukkan bahwa pada variabel *Trust* memiliki *Cronbach's alpha* sebesar $0,802 > 0,60$ (taraf signifikansi) dengan jumlah 4 item pertanyaan. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel *Trust* bersifat *reliable*, yang artinya jawaban dari pertanyaan mengenai variabel trust yaitu konsisten atau tetap dari waktu ke waktu.

Tabel 3.10
Hasil Uji Reliabilitas Keamanan (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

Sumber : data diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari hasil pengolahan data diatas bahwa pada variabel keamanan memiliki *Cronbach's alpha* sebesar $0,886 > 0,60$ (taraf signifikansi) dengan jumlah 3 item pertanyaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel keamanan bersifat reliable yang artinya jawaban dari pertanyaan variabel minat nasabah yaitu konsisten atau tetap dari waktu ke waktu.

Tabel 3.11
Hasil uji reliabilitas minat nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	4

Sumber: data diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari hasil pengolahan data di atas pada variabel minat nasabah memiliki *Cronbach's alpha* sebesar 0,775 > 0,60 (taraf signifikansi) dengan jumlah pertanyaan sebanyak 4 item. Maka dapat disimpulkan bahwa pada variabel minat nasabah bersifat *reliable*, yang artinya jawaban dari responden terhadap variabel minat nasabah yaitu konsisten atau tetap dari waktu ke waktu.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Cara yang digunakan untuk menguji normalitas model regresi yaitu dengan analisis statistika *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test*. Data

dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dikatakan data tersebut tidak berdistribusi normal. Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini.

Tabel 3.12
Hasil Uji Normalitas (One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68600922
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.042
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2022

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Asymp. Sig sebesar 0,200. Jika nilai Asymp. sig $> 0,05$ pada uji one-simple kolmogrov-smirnov, maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Dan sebaliknya, apabila nilai Asymp.sig $< 0,05$ dapat dikatakan data tersebut tidak berdistribusi normal. Namun, berdasarkan tabel diatas dapat dinyatakan bahwa nilai Asymp . sig 0,200 $> 0,05$, maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal

b. Uji multikolonieritas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas adalah:

1. Dilihat dari nilai *Tolerance*: jika nilai *Tolerance* > 0,10 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.
2. Dilihat dari nilai VIF: jika nilai VIF < 10,00 maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 3.13

Hasil Uji Multikolonieritas

No	Variabel	Tolerance	VIF
1	Kemudahan Akses	.916	1.091
2	Trust	.921	1.086
3	Keamanan	.936	1.068

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa:

- a. Variabel X1 yaitu kemudahan akses memiliki nilai *Tolerance* sebesar $0,916 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,091 < 10,0$, maka variabel kemudahan akses dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas atau tidak terdapat korelasi diantara variabel independen (X)

- b. Variabel X2 yaitu *Trust* memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,921 > 0,10$ dan nilai VIF $1,086 < 10,0$, maka pada variabel *Trust* dapat dikatakan tidak terjadi multikolonieritas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen (X).
- c. Variabel X3 yaitu keamanan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,936 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,069 < 10,0$, maka pada variabel keamanan tidak terjadi multikolonieritas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen (X).

c. Uji Heteroskedastisitas

dasar pengabihan dalam uji heteroskedastisitas adalah:

1. Jika nilai signifikansi $> \alpha$ (0,05), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi $< \alpha$ (0,05), maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 3.14

Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

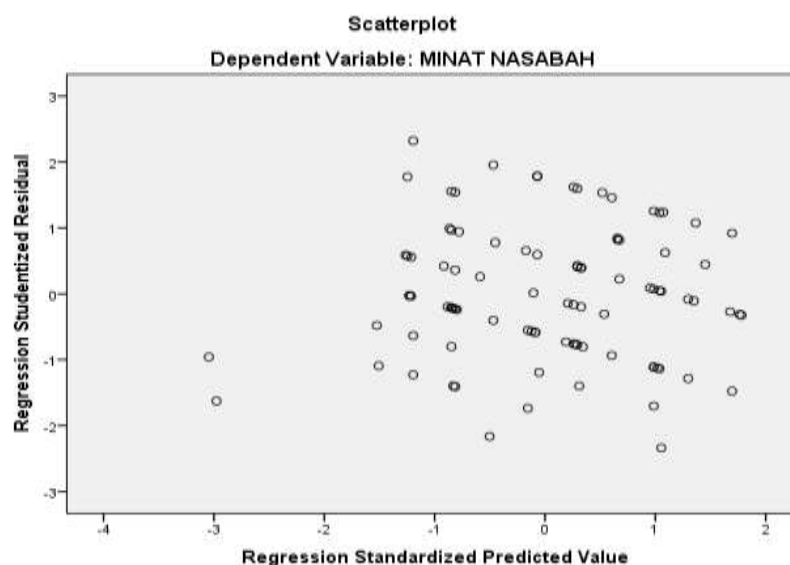
No	Variabel	Nilai sig.
1	Kemudahan Akses	.487
2	Trust	.956
3	Keamanan	.789

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa:

1. Variabel X1 yaitu kemudahan akses memiliki nilai signifikan $0,487 > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa pada variabel kemudahan akses tidak terjadi heteroskedastisitas atau varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap.
2. Variabel X2 yaitu *Trust* memiliki nilai signifikan $0,956 > 0,05$, maka dapat dikatakan pada variabel *Trust* tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. Variabel X3 yaitu keamanan memiliki nilai signifikansi $0,789 > 0,05$, maka dapat dikatakan pada variabel keamanan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 3.2
Hasil uji heteroskedastisitas (scatter- Plot)



Sumber: Data di olah dengan SPSS 22, 2022

Berdasarkan gambar di atas dapat dikatakan bahwa uji heteroskedastisitas dengan scatter-plot menunjukkan tidak

terdapat pola yang jelas. Serta sebaran titik-titik yang menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, amka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah suatu model regresi yang melibatkan dua atau lebih variable independen (X). tujuan dilakukannya analisis regresi linier berganda adalah untuk menguji signifikan atau tidak hubungan antara dua atau lebih variabel. Berikut adalah hasil uji dari analisi regresi linier berganda:

Tabel 3.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	8.052	2.197		3.665	.000
	KEMUDAHAN AKSES	-.014	.076	-.018	-.185	.854
	TRUST	.301	.104	.284	2.896	.005
	KEAMANAN	.315	.105	.293	3.011	.003

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber : Data di olah dengan SPSS 22, 2022

Dilihat dari tabel diatas dapat disimpulkan hasil analisis regresi linier berganda dimana nilai koefisien untuk variabel kemudahan akses sebesar -0,014, variabel *Trust* sebesar 0,301 dan variabel

keamanan sebesar 0,315 dengan nilai konstanta sebesar 8,052 sehingga model persamaan regresi yang di dapat yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 8,052 + -0,014X_1 + 0,301X_2 + 0,315X_3 + e$$

Dapat dijelaskan dari hasil uji analisis regresi linier berganda yaitu:

- a. Nilai konstanta bernilai positif yaitu sebesar 8,052. Hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang searah antara variabel X (independen) dan variabel Y (dependen). Jika semua variabel X bernilai 0 atau tidak terdapat perubahan, maka nilai variabel Y atau minat nasabah yaitu 8,052.
- b. Nilai koefisien regresi untuk variabel kemudahan akses (X₁) bernilai negative yaitu sebesar -0,014 atau -1,4%. Artinya jika kemudahan akses mengalami kenaikan skor 1, maka minat nasabah akan naik sebesar -0,014 atau 1,4% dengan asumsi variabel variabel independen lainnya dari model regresi dianggap konstan.
- c. Nilai koefisien regresi untuk variabel Trust (X₂) bernilai positif yaitu sebesar 0,301 atau 30,1%. Artinya jika Trust mengalami kenaikan 1 skor, maka minat nasabah akan naik sebesar 0,301 atau 30,1% dengan asumsi variabel independen lainnya dari model regresi dianggap konstan.

d. Nilai koefisien variabel keamanan (X3) bernilai positif sebesar 0,315 atau 31,5%. Artinya jika keamanan mengalami kenaikan 1 skor maka minat nasabah akan naik sebesar 0,315 atau 31,5% dengan asumsi variabel independen lainnya dari model regresi dianggap konstan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh atau tidak dari masing-masing variabel independen (kemudahan akses, Trust, keamanan) terhadap variabel dependen (minat nasabah) secara parsial. Pengaruh secara parsial bisa dilihat dari perbandingan antara nilai probabilitas t hitung terhadap taraf signifikan yang sudah ditentukan yaitu sebesar 0,05. Untuk menentukan t tabel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} T \text{ tabel} &= t (a/2 : n-k-1) \\ &= t (0,05/2 : 95-3-1) \\ &= t (0,025 : 95-4) \end{aligned}$$

$$= t (0,025 : 91)$$

$$= 1,98638$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika $\text{sig} < 0,05$ dan $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$, maka berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_0 ditolak).

2. Jika $\text{sig} > 0,05$ dan $T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$, maka tidak berpengaruh signifikan (H_a ditolak, H_o diterima).

Tabel 3.16
Uji T (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.052	2.197		3.665	.000
	KEMUDAHAN AKSES	-.014	.076	-.018	-.185	.854
	TRUST	.301	.104	.284	2.896	.005
	KEAMANAN	.315	.105	.293	3.011	.003

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22, 2022

Bedasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel Kemudahan Akses Terhadap Minat Nasabah

Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Nilai signifikansi untuk pengaruh variabel kemudahan akses (X_1) terhadap variabel minat nasabah (Y) pada tabel diatas sebesar $0,854 > 0,05$ dan nilai T hitung $-0,185 < 1,986$ (T tabel), maka dapat disimpulkan bahwa H_a di tolak dan H_o diterima, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Maka dapat dikatakan H_a di tolak.

2. Variabel Trust Terhadap Variabel Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking

Nilai signifikansi untuk pengaruh variabel Trust (X2) terhadap variabel minat nasabah (Y) pada tabel diatas adalah sebesar $0,005 < 0,05$ dan nilai T hitung $2,896 > 1,986$ (T tabel), maka dapat disimpulkan H_a di terima H_o di tolak, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Trust terhadap variabel minat nasabah. Maka dapat dikatakan H_a diterima.

3. Variabel Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Dilihat dari nilai signifikansi untuk pengaruh variabel keamanan (X3) terhadap variabel minat nasabah (Y) pada tabel diatas adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung $3,011 > 1,986$ (Ttabel), maka dapat disimpulkan H_a diterima H_o di tolak yang berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah. Maka dikatakan H_a di terima dan H_o di tolak.

b. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan bertujuan untuk mengetahui dari masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi atau tidak terhadap variable terikat. Pengaruh

secara parsial bisa dilihat dari perbandingan antara probabilitas Fhitung terhadap taraf signifikas yang sudah ditentukan yaitu sebesar 0.05. dalam menentukan Ftabel adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{\text{tabel}} &= F(k : n-k) \\ &= F(3 : 95-3) \\ &= F(3 : 92) \\ &= 2.70 \end{aligned}$$

Dasar pengambilan keputusannya adalah:

1. Jika $\text{sig} < 0,05$ dan $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$, maka berpengaruh signifikan (H_a diterima, H_o ditolak).
2. Jika $\text{sig} > 0,05$ dan $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, maka tidak berpengaruh signifikan (H_a ditolak, H_o diterima).

Tabel 3.17

Hasil Uji F (Simultan)

No	F hitung	Sig.
1.	7.312	.000 ^a

Sumber: Data diolah dengan SPSS 22,2022

Berdasarkan pengolahan data yang didapat pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai Ftabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikan $< 0,05$ dan F hitung sebesar 7,312, hal tersebut dapat dikatakan bahwa $F \text{ hitung} > F$

tabel ($7,312 > 2,70$) terdapat pengaruh dengan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga H_a di terima H_o di tolak, yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X (independen) yaitu Kemudahan Akes, Trust, Keamanan terhadap variabel Y (dependen) yaitu minat nasabah secara simultan dan dinyatakan H_a diterima.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai yang menggunakan seberapa besar perubahan atau variasi dari variable dependen (Y) terhadap perubahan atau variasi dari variable independen (X). dengan mengetahui nilai koefisien determinasi, tentunya bisa untuk menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variable dependen (Y). apabila nilai koefisien determinasi semakin tinggi maka akan semakin baik kemampuan variable independen (X) dalam menjelaskan variable dependen (Y).⁶⁵ untuk menunjukkan nilai koefisien determinasi pada output SPSS dinyatakan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel *model summary*.

Tabel 3.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.168	1.71358

⁶⁵ Budi Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R²), (GUEPEDIA, 2021), 53

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, TRUST, KEMUDAHAN AKSES
Sumber: Data diolah dengan SPSS 22,2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien Determinasi yang telah disesuaikan (Adjusted R Square) yaitu sebesar 0,168 yang artinya 16,8%, variansi dari seluruh variabel independen (Kemudahan akses, Trust, Keamanan) dapat dijelaskan variabel dependen (Minat nasabah). Sedangkan untuk sisanya yaitu terdapat ($100\% - 16,8\% = 83,2\%$) variabel dependen (Y) dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak termasuk dalam persamaan regresi penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Secara Parsial

a. Kemudahan Akses Terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Hasil uji T variabel Kemudahan Akses terhadap variabel minat nasabah, dapat dilihat dari tabel (3.20), yang menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah. Hal tersebut terbukti dengan hasil uji perhitungan menggunakan *SPSS Version 22* yaitu nilai signifikansi dari variabel kemudahan akses sebesar 0,854 lebih besar dari taraf

signifikansi yang telah ditentukan sebesar 0,05 ($0,854 > 0,05$) dan T hitung dari variabel kemudahan akses adalah -0,185 lebih kecil dari T tabel yaitu 1,986 ($-0,185 < 1,986$) maka H_a ditolak dan H_0 di terima, maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan faktor kurangnya sosialisasi dari pihak bank yang dimana nasabah dalam menggunakan *mobile banking* belum terlalu memahami dengan susunan menu dalam aplikasi *mobile banking* sehingga membuat nasabah merasa kurang yakin dalam melakukan transaksi menggunakan *mobile banking* karena takut menimbulkan masalah. Dan masih banyak nasabah yang menggunakan *mobile banking* hanya untuk mengecek saldo sehingga nilai kemanfaatan dan efisien dari susunan menu pada aplikasi mobile banking menjadi berkurang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wafid Renaldi dalam skripsinya yang menjelaskan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan masih banyak

nasabah yang merasa fitur pada aplikasi *mobile banking* sulit untuk dimengerti dan dipelajari.⁶⁶

Kemudahan merupakan sejauh mana seseorang dapat merasakan dalam menggunakan sistem tertentu mudah untuk dioperasikan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

b. Trust Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Hasil uji T variabel Trust atau kepercayaan terhadap variabel minat nasabah dapat dilihat dari tabel (3.20), yang menunjukkan bahwa Trust atau kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut terbukti dengan hasil uji perhitungan *SPSS version 22* yaitu nilai signifikan dari variabel Trust sebesar 0,005 lebih kecil dari taraf signifikans yang telah ditentukan sebesar 0,05 ($0,005 < 0,05$) dan T hitung dari variabel Trust sebesar 2,896 lebih besar dari T tabel 1,986 ($2,896 > 1,986$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa *Trust* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

⁶⁶ Wafid Renaldi, “Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021).

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel Trust berpengaruh terhadap variabel minat nasabah. Hal tersebut karena kepercayaan merupakan salah satu faktor penting nasabah dalam melakukan transaksi online, apabila nasabah merasa percaya dalam menggunakan layanan *mobile banking* maka akan menimbulkan minat nasabah untuk menggunakannya secara berulang-ulang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani dalam skripsinya tahun 2021 yaitu bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat bertransaksi menggunakan M-Banking pada Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian.⁶⁷ Dan pada penelitian yang dilakukan oleh Maria Tika Sanjani tahun 2019 yang emnyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan internet banking.⁶⁸

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa variabel Trust berpengaruh secara signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

⁶⁷ Fitriyani, “*Pengaruh Teknologi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Muara Bulian*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi, 2021)

⁶⁸ Maria Tika Sanjani “*Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Mahasiswa Febi IAIN Bengkulu Menggunakan Internet Banking*”,(Skripsi, IAIN Bengkulu,2019)

c. Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking*

Hasil uji T pada variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah, dapat dilihat pada tabel (3.20) yang menunjukkan bahwa keamanan terdapat pengaruh positif signifikan terhadap minat nasabah. Hal tersebut terbukti dari hasil uji perhitungan menggunakan SPSS version 22 yaitu nilai signifikansi dari variabel keamanan sebesar 0,003 lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05 ($0,003 < 0,05$) dan T hitung dari variabel keamanan sebesar 3,011 lebih besar dari T tabel 1,986 ($3,011 > 1,986$), maka dapat disimpulkan H_a di terima dan H_0 di tolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan bahwa keamanan merupakan faktor penting dalam menentukan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking* atau tidak, apabila nasabah merasa percaya terhadap keamanan *mobile banking* yang digunakan akan menumbuhkan minat nasabah untuk menggunakan secara berulang-ulang. Nasabah tidak merasakan kekhawatiran tentang

keamanan atau optimis bahwa layanan *mobile banking* aman untuk digunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alif Ainul Khatimah Sulmi, dkk dalam jurnal *IBEF* pada tahun 2021 yaitu menunjukkan bahwa persepsi keamanan berpengaruh positif terhadap variabel minat menggunakan layanan *mobile banking* Bank BNI.⁶⁹

Keamanan merupakan suatu hal yang mutlak disediakan oleh pihak bank. Keamanan dapat memberikan kenyamanan terhadap nasabah dan dapat meningkatkan kepercayaan yang berdampak pada peningkatan jumlah penjualan. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

2. Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Secara Simultan

Hasil uji F variabel kemudahan akses, *trust*, keamanan terhadap minat nasabah, dapat dilihat pada tabel (3.21), bahwa H_0 di tolak dan H_a di terima dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kemudahan akses, *trust*, dan keamanan terhadap variabel minat nasabah secara simultan. Dengan nilai F tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikan 0,05 dan f hitung sebesar 7,312. Hal tersebut

⁶⁹ Alif Ainul Khatimah Sulmi, Dkk, "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* (Studi Empris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar)", *IBEF Journal*, 2 (2021), 69.

dapat dikatakan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($7,312 > 2,70$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti peningkatan variabel bebas akan diikuti secara bersama-sama oleh kenaikan variabel terikat.

Dari hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan akses, *trust* dan keamanan berpengaruh secara signifikan secara bersama-sama terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Hal tersebut karena nasabah merasa percaya terhadap sistem keamanan yang dinilai penting dalam melakukan transaksi dan senang dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* karena dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga tanpa harus datang ke kantor cabang untuk bertransaksi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh herry Harianto, dkk dalam jurnal akuntansi bisnis dan keuangan (JABK) pada tahun 2021 yaitu menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kenyamanan, kepercayaan dan ketersediaan fitur berpengaruh positif terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan internet banking Klik BCA.⁷⁰

⁷⁰ Herry Harianto, Dkk, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Ease Of Use*), Kenyamanan (*Convenience*), Kepercayaan (*Trust*) Dan Ketersediaan Fitur (*Feature Availability*) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klik BCA (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama Pangkalpinang)”, (Jurnal Akuntansi Dan Keuangan: Vol.8, No.2, 2021),37-34

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dan pembahasan pada penelitian tentang pengaruh kemudahan akses, trust, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP Kencong, dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan nilai signifikansi $0,854 > 0,05$ dan nilai T hitung $-185 < T$ tabel $1,986$. Hal ini dikarenakan banyak nasabah yang merasa kurang memahami dari fitur-fitur aplikasi mobile banking sehingga nasabah merasa kurang yakin dalam menggunakan mobile banking karena takut akan menimbulkan kesalahan. Maka dapat disimpulkan H_a di tolak dan H_o diterima.
2. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Trust* berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* dengan nilai signifikansi $0,005 < 0,05$ dan T hitung $2,896 > T$ tabel $1,986$. Hal tersebut dikarenakan *Trust* atau kepercayaan merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan minat nasabah untuk menggunakan mobile banking atau tidak. Maka dapat disimpulkan H_a diterima H_o di tolak.

3. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ dan $T \text{ hitung } 3,011 > T \text{ tabel } 1,986$. H_a di terima dan H_o di tolak. Hal tersebut karena kewanan merupakan faktor penting dalam menentukan minat nasabah ketika menggunakan mobile banking. Apabila nasabah merasa yakin dan percaya bahwa aplikasi mobile banking layak untuk digunakan karena keamanannya maka nasabah akan menggunakannya secara berulang-ulang. Maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_o di tolak.
4. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemudahan akses, trust, keamanan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking. Dilihat dari hasil uji F dengan nilai F hitung $> F_{\text{tabel}} (7,312 > 2,70)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal itu karena ketika tiga variabel diaplikasikan secara-bersama-sama pada Bank BSI KCP Kencong maka timbul minat nasabah secara signifikan. nasabah merasa senang dan puas dalam menggunakan aplikasi mobile banking karena sistem keamanan yang terjamin dan juga dapat melakukan transaksi 24 jam di mana saja dan kapan saja tanpa harus datang ke kantor cabang sehingga dapat menghemat waktu dan tenaga.

B. SARAN

Berdasarkan temuan penelitian diatas, dalam penelitian ini merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking, untuk itu hendaknya pihak perusahaan yaitu BSI KCP Kencong Jember untuk tetap menjaga serta meningkatkan sosialisasi atau promosi kepada nasabah dalam menggunakan mobile banking dan meningkatkan layanan bantuan karena masih banyak nasabah yang kurang faham atau belum mengerti tentang cara kerja aplikasi tersebut. Dan memberikan edukasi kepada nasabah yang baru membuka rekening untuk mrnginformasikan tentang seputar mobile banking supaya semakin banyak nasabah yang menggunakan mobile banking dengan tujuan nilai yang diberikan kepada nasabah semakin tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian, Trust berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong. Diharapkan pihak bank untuk selalu meningkatkan layanan yang lebih baik lagi sehingga kepercayaan nasabah terhadap produk jasa yang ditawarkan oleh pihak bank semakin meningkat. sehingga dapat menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap bank.
3. Berdasarkan hasil penelitian, Keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan Mobile banking di Bank BSI KCP Kencong. Keamanan merupakan faktor yang sangat

penting dalam menumbuhkan minat nasabah. Apabila nasabah merasa percaya dan yakin terhadap system keamanan mobile banking maka nasabah akan menggunakan layanan mobile banking secara berulang-ulang. Oleh sebab itu, pihak bank agar lebih baik lagi dalam menangani system keamanan yang ada pada layanan mobile banking.

4. Berdasarkan hasil penelitian, kemudahan Akses, Trust, keamanan berpengaruh signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong. Untuk penelitian selanjutnya, dalam melakukan penelitian yang sama diharapkan untuk mencari faktor-faktor atau variabel lain agar lebih variatif yang dapat mempengaruhi minat menggunakan layanan mobile banking yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, N.M & Irmadhani 2018 *pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan pengguna dan pengaruh kemanfaatan, keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan online banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Jurnal Bisnis, Vol 14 No 1*
- Afifa Risma 2017 *pengaruh Manfaat, Kemudahan, Kepercayaan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, Skripsi Jakarta:UIN Syarif Hidayatullah
- Darma, Budi. 2021. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Berganda, Regresi Linier Sederhana, Uji T, Uji F, R2.)* GUEPEDIA
- Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah Farid dan Rudi Haryanto. 2019. *Manajemen Kualitas Jasa*. Pamekasan: Duta Media.
- Ghodang Hironymus, dan Hatono. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep Dasar & Aplikasi Analisis Regresi dan Jalur dengan SPSS*. Medan: PT. Penerbit Mitra Group.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Muktivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi s& Novi,N, 2015 “factor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan Mobile Banking”. *jurnal ekonomi dan pembangunan*, Vol 5 No.01
- Haryani Dini. 2021. *sistem informasi perbankan*. Sumatera Barat:CV.Insan Cendekia Mandiri.
- Hariato, Harry Dkk, 2021 “*Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan (Ease Of Use), Kenyamanan (Convenience), Kepercayaan (Trust) Dan Ketersediaan Fitur (Feature Availability) Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking Klik BCA (Studi Kasus Pada Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Utama Pangkalpinang)*”. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*: Vol 8 No.2
- Haryanto Rudy. 2020. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Pamekasan:Duta Media Publishing


- Irmadani & Adhi, N.M, 2018 “pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan pengguna dan pengaruh kemanfaatan, keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan online banking pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta”, *Jurnal Bisnis*, Vol 14, No 1
- Ismail. 2011. *perbankan Syariah* .Jakarta: Prenada Media Group.
- Jahja Yudrik.2011. *Psikologi Perkembangan*.Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Jogiyanto.2010. *sistem informasi keperilakuan*.Yogyakarta: CV Andi.
- Kahtimah Alif Ainul, Dkk.2021. “*Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makasar)*”, *IBEF Journal*. 1.
- Kasmir.2015. *Etika Customer Service* .Jakarta: Raja Grafindo.
- Kotler Philip And Kevin Lane Keller.2008. *Manajemen Pemasaran*.Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan Utomo, Albert. 2019. *Pengolahan Riset Ekonomi jadi Mudah Dengan IBM SPSS*. Surabaya: CV Jagad Publishing.
- Laut Merta Jaya I Made. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.
- Ma’ruf.2015. *metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta:Aswaja Pressindo.
- Maharani Bela.2021. “*pengaruh persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan kepercayaan terhadap minat menggunakan mobile banking BNI (studi kasus BNI KCU Jakarta Pusat)*”. *jurnal STEI Ekonomi*. 6.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2021. *Statistik Perbankan Syariah Indonesia*.
- PR Indonesia. “*UU 11 tahun 2008*’. Diakses pada 12 oktober 2022
- Parasuraman, Zeithaml, dan Berry.1998. *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perception of Service Quality*, (*Journal of Retailing*: Vol 1 No.64)
- Priansa Donni Juni.2017 *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontramporer*. Bandung:Alfabeta.
- Purnomo Rochmat Aldy.2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo:wade Group.

- Putri Rahayu Priestiani. 2019. *Pengaruh persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking*. Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Renaldi Wafid, 2021. *Pengaruh Kegunaan Dan Kemudahan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking BNI Syariah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi*. Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Riswandi Budi Agus. 2015 *Aspek Hukum Internet Banking*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Salim dan syahrums. 2012. *metode penelitian kualitatif*. Bandung: citapustaka media.
- Sugiono Ahmad. 2010. *Marketing in Business (Usaha Mikro Kecil & Lembaga Keuangan Mikro)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono. 2016. *metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Suhartanto Dwi, Tjetjep Djatnika dkk. 2017. *Ritel pengelolaan dan pemasara*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni Wiratna. 2015. *SPSS untuk penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tegor, dkk. 2020. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Tim penyusun. 2018. *pedoman penulisan karya ilmiah*. Jember: IAIN Jember press.
- Tjiptono, Fandy. Greforius Chandara. 2011. *service, Quality & Statisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Zahriya Aminatus. 2018. *Aplikasi Komputer teori dan aplikasi dengan SPSS*, Jember.
- Zulganef. 2013. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Matrik Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah	Hipotesis
<p>Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank BSI KCP Kencong</p>	<p>1. Kemudahan akses (X1)</p>	<p>a. Mudah dipelajari b. Mudah dioperasikan c. Flexsibel</p>	<p>1. Data primer : a. Responden: nasabah pengguna aplikasi mobile banking di Bank BSI KCP Kencong (95 responden) (tahun 2021-2022) 2. Data sekunder: a. Dokumentasi b. Kepustakaan c. Web</p>	<p>Metode penelitian: pendekatan kuantitatif</p> <p>Jenis penelitian: Deskriptif</p> <p>Metode pengambilan data: a. Kuesioner b. Observasi c. Dokumentasi</p> <p>Metode analisis data: a. Uji asumsi klasik 1. Uji normalitas 2. Uji multikolonieritas 3. Uji heteroskedastisitas. b. Analisis regresi linier berganda</p>	<p>1. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP Kencong? 2. Apakah trust berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP kencong? 3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP Kencong? 4. Apakah kemudahan akses, trust, keamanan secara</p>	<p>1. Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel kemudahan akses terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank BSI KCP Kencong H1: Terdapat pengaruh pada variabel kemudahan akses terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong 2. Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel Trust terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di bank</p>

	<p>2. Trust (X2)</p>	<p>a. Kredibilitas b. Kepedulian</p>		<p>(spss versi 2022) c. Uji hipotesis 1. Uji parsial (uji t) 2. Uji regresi koefisien simultan (uji f) 3. Uji koefisien determinasi</p>	<p>bersama-sama berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong?</p>	<p>BSI KCP Kencong H2: Terdapat pengaruh signifikan pada variabel Trust terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong 3. Ho: Tidak terdapat pengaruh signifikan pada variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong H3: Terdapat pengaruh signifikan pada variabel keamanan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong</p>
	<p>3. Keamanan (X3)</p>	<p>a. Jaminan keamanan b. Kerahasiaan data</p>				

	<p>4. Minat nasabah (Y)</p>	<p>a. Ketertarikan b. Rasa senang c. Kepuasan (sumber data)</p>		<p>4. Ho: Tidak terdapat pengaruh secara berdama-sama pada variabel kemudahan akses, trust, keamanan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong H4: Terdapat pengaruh secara bersama-sama pada variabel kemudahan akses, trust, keamanan terhadap variabel minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong.</p>
--	-----------------------------	---	---	--

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di Tempat

Assalamualaikum Wr,Wb.

Melalui surat ini, saya Nindi Eli Safitri Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah sedang melaksanakan penelitian dengan Judul **“PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, TRUST, KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING DI BANK BSI KCP KENCONG”**

Sehubungan dengan dilaksanakannya penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berkenan mengisi kuesioner ini dengan benar guna membantu saya dalam proses penulisan penelitian menjadi lebih baik. Identitas dan jawaban anda akan saya simpan secara rahasia dan tidak dibocorkan oleh pihak manapun.

Terimakasih atas partisipasi anda untuk mengisi kuisoner ini.

Wassalamualiakum Wr,Wb.

Hormat Saya

Nindi Eli Safitri

KUISONER PENELITIAN

Judul:” PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, *TRUST*, KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN LAYANAN MOBILE BANKING DI BANK BSI KCP KENCONG”

Daftar Pertanyaan

A. Identitas Responden

Petunjuk pengisian

Pada pertanyaan dibawah ini, responden dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan keadaan dan kondisi yang sebenarnya. Berilah tanda centang (✓) pada jawaban anda yang dianggap paling benar. Hanya ada satu jawaban pada setiap nomor.

1. Nama Responden:
2. Usia :
3. Alamat :
4. Jenis kelamin : laki-laki perempuan
5. Pekerjaan : BUMD BUMN Wiraswasta Pelajar/Mahasiswa
 TNI/POLRI Lain-lain

B. Pertanyaan Peneliti

Petunjuk Pengisian

Silahkan anda pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan cara memberi tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang telah tersedia.

Keterangan :

- a. SS: Sangat Setuju : Skor 5
- b. S: Setuju : Skor 4
- c. N: Netral : Skor 3
- d. TS: Tidak Setuju : Skor 2
- e. STS: Sangat Tidak Setuju : Skor 1

1. Kemudahan Akses (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Aplikasi mobile banking mudah untuk dipelajari					
2	Susunan menu pada layanan mobile banking mudah dipahami					
3	Dalam menggunakan mobile banking untuk bertransaksi sangat mudah untuk dioperasikan/digunakan					
4	Tidak membutuhkan banyak usaha dalam menggunakan layanan mobile banking					
5	Mobile banking dapat digunakan dengan mudah di manapun/kapanpun					

2. Trust/ Kepercayaan (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Kualitas pelayanan bank untuk menimbulkan rasa					

	kepercayaan nasabah dalam menggunakan mobile banking harus dilakukan secara maksimal					
2	Pelayanan menggunakan BSI Mobile dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan					
3	pelayanan BSI mobile mementingkan kondisi nasabah					
4.	Informasi yang diberikan BSI Mobile dapat dipercaya					

3. Keamanan (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Pelayanan dalam jaminan keamanan terhadap data nasabah ditangani secara maksimal oleh bank					
2	Pihak bank melindungi data-data keuangan dan saat bertransaksi					

	melalui BSI Mobile					
3	Sistem keamanan BSI Mobile sangatlah penting					

4. Minat Nasabah (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Mobile banking sesuai dengan kebutuhan saya dalam bertransaksi sehingga saya tertarik dalam menggunakan layanan mobile banking					
2	Saya merasa senang ketika menggunakan layanan mobile banking karena dapat menghemat waktu dan tenaga dalam bertransaksi					
3	Saya merasa puas terhadap kinerja mobile banking yang berjalan secara optimal					
4.	Banyak jenis					

REKAPITULASI KUISIONER

No.	Kemudahan Akses (X1)					Total (X1)	Trust (X2)				Total (X2)	Keamanan (X3)			Total (X3)	Minat Nasabah (Y)				Total (Y)
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1.	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16
2.	4	5	4	4	5	22	5	4	4	5	18	4	4	4	12	3	4	3	4	14
3.	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	18	3	4	4	11	3	4	3	3	13
4.	5	5	4	4	4	22	5	4	4	5	18	5	5	5	15	4	4	3	4	15
5.	4	3	4	3	4	18	5	4	4	5	18	5	5	5	15	4	3	4	3	14
6.	4	4	3	2	3	16	4	3	4	4	15	3	4	4	11	5	3	4	3	15
7.	4	3	4	3	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	4	3	14
8.	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	3	4	15
9.	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	4	3	10	3	3	3	3	12
10.	4	4	3	4	3	18	5	4	4	5	18	3	4	4	11	4	4	4	4	16
11.	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	3	14
12.	5	5	3	5	4	22	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20
13.	4	4	5	5	4	22	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16
14.	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	16
15.	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
16.	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	4	4	17
17.	4	4	3	4	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	5	5	18
18.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	5	5	19
19.	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	4	4	4	17
20.	4	4	5	4	5	22	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20
21.	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22.	4	4	5	4	4	20	5	4	4	4	17	5	5	5	15	5	5	5	4	19
23.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	4	16
24.	4	4	4	3	5	20	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	5	5	5	20

25.	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	19	5	5	5	15	5	5	4	4	18
26.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20
27.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	3	11	4	4	4	4	16
28.	4	4	3	4	3	18	5	4	3	4	16	5	5	5	15	4	4	5	5	18
29.	4	4	3	2	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	16
30.	4	4	4	3	3	18	4	5	5	4	18	5	5	5	15	5	4	4	5	18
31.	4	3	3	5	3	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	4	17
32.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	16
33.	4	4	3	3	4	18	4	5	3	4	16	4	3	4	11	4	3	4	3	14
34.	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16
35.	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	4	4	17
36.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
37.	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	4	5	14	4	4	4	4	16
38.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	15	5	5	4	14	5	5	4	4	18
39.	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	5	4	18
40.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
41.	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	16	5	4	3	12	5	5	5	4	19
42.	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
43.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	5	5	5	15	5	5	4	4	18
44.	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	16	4	3	4	11	4	4	4	4	16
45.	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	12	5	5	5	5	20
46.	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	5	4	18
47.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	5	4	5	14	5	5	5	5	20
48.	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	17	5	5	5	15	4	4	5	5	18
49.	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16
50.	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	4	4	3	15
51.	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	4	4	18
52.	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	5	4	18
53.	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	4	4	4	16

54.	4	4	3	3	3	17	4	5	5	4	18	4	4	4	12	5	5	5	5	20
55.	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	4	4	16
56.	4	3	3	3	3	16	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	4	5	19
57.	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	4	4	5	17
58.	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
59.	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	18	4	4	3	11	4	4	5	4	17
60.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	4	11	5	5	3	3	16
61.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	4	5	18
62.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	4	4	4	17
63.	4	4	4	4	3	19	5	4	4	4	17	4	5	5	14	4	4	5	5	18
64.	4	4	4	4	3	19	4	5	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20
65.	3	4	3	3	3	16	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	5	5	5	19
66.	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	4	3	3	10	5	5	4	5	19
67.	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	4	5	14	4	5	4	5	18
68.	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	4	3	17
69.	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	4	4	4	16
70.	4	4	4	4	3	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	5	4	18
71.	3	3	3	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	5	5	5	19
72.	4	4	3	4	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	5	5	4	18
73.	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	4	4	4	16
74.	4	3	3	3	3	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	5	4	18
75.	3	3	4	3	3	16	5	4	5	5	19	4	5	5	14	5	5	5	5	20
76.	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	4	5	5	18
77.	4	4	4	4	3	19	5	5	3	4	17	5	5	5	15	5	5	4	5	19
78.	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	20
79.	5	4	4	3	3	19	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
80.	3	3	3	3	4	16	5	5	5	5	20	4	4	3	11	5	4	4	5	18
81.	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	5	4	4	17
82.	4	4	4	4	3	19	3	2	3	4	12	3	3	4	10	3	3	4	3	13

83.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	5	5	5	20
84.	4	3	4	4	4	19	5	5	4	4	18	3	3	4	10	5	4	4	5	18
85.	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
86.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	4	4	15
87.	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	4	4	5	18
88.	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
89.	3	4	3	3	3	16	5	5	5	4	19	4	4	4	12	3	4	4	4	15
90.	3	3	3	5	3	17	5	5	5	5	20	3	4	3	10	4	4	4	5	17
91.	4	4	3	3	4	18	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	4	4	4	16
92.	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	18	4	3	3	10	4	5	4	4	17
93.	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
94.	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	16	4	5	5	14	4	4	4	4	16
95.	3	4	3	3	3	16	4	4	4	2	14	4	5	3	12	4	3	3	4	14



HASIL OUTPUT SPSS

A. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	48	50.5	50.5	50.5
	PEREMPUAN	47	49.5	49.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

2. Usia

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24 tahun	48	50.5	50.5	50.5
	25-34 tahun	31	32.6	32.6	83.2
	35-43 tahun	10	10.5	10.5	93.7
	44-52 tahun	3	3.2	3.2	96.8
	>53 tahun	3	3.2	3.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

3. Pekerjaan

4. PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BUMD	1	1.1	1.1	1.1
	BUMN	2	2.1	2.1	3.2
	WIRASWASTA	35	36.8	36.8	40.0
	PELAJAR/MAHASISWA	31	32.6	32.6	72.6
	TNI/POLRI	1	1.1	1.1	73.7
	LAIN-LAIN	25	26.3	26.3	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

B. Uji Validitas

1. Kemudahan Akses (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1 Pearson Correlation	1	.608**	.485**	.399**	.477**	.748**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
X1.2 Pearson Correlation	.608**	1	.546**	.349**	.468**	.755**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
X1.3 Pearson Correlation	.485**	.546**	1	.464**	.561**	.802**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
X1.4 Pearson Correlation	.399**	.349**	.464**	1	.444**	.709**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
N	95	95	95	95	95	95
X1.5 Pearson Correlation	.477**	.468**	.561**	.444**	1	.797**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	95	95	95	95	95	95
TOTAL Pearson Correlation	.748**	.755**	.802**	.709**	.797**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	95	95	95	95	95	95

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

2. Trust (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1 Pearson Correlation	1	.637**	.407**	.460**	.765**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95
X2.2 Pearson Correlation	.637**	1	.543**	.395**	.795**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
N	95	95	95	95	95
X2.3 Pearson Correlation	.407**	.543**	1	.582**	.756**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

	N	95	95	95	95	95
X2.4	Pearson Correlation	.460**	.395**	.582**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
TOTAL	Pearson Correlation	.765**	.795**	.756**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

3. Keamanan (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.733**	.698**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95
X3.2	Pearson Correlation	.733**	1	.738**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95
X3.3	Pearson Correlation	.698**	.738**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95
TOTAL	Pearson Correlation	.901**	.907**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95

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

4. Minat Nsabah (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.481**	.400**	.407**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y.2	Pearson Correlation	.481**	1	.449**	.507**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95
Y.3	Pearson Correlation	.400**	.449**	1	.537**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000

	N	95	95	95	95	95
Y.4	Pearson Correlation	.407**	.507**	.537**	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95
TOTAL	Pearson Correlation	.721**	.766**	.747**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95

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

C. Uji Reliabilitas

1. Kemudahan Akses (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

2. Trust (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

3. Keamanan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

4. Minat Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.775	4

D. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68600922
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.042
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

E. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.052	2.197		3.665	.000		
	KEMUDAHAN AKSES	-.014	.076	-.018	-.185	.854	.916	1.091
	TRUST	.301	.104	.284	2.896	.005	.921	1.086
	KEAMANAN	.315	.105	.293	3.011	.003	.936	1.068

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

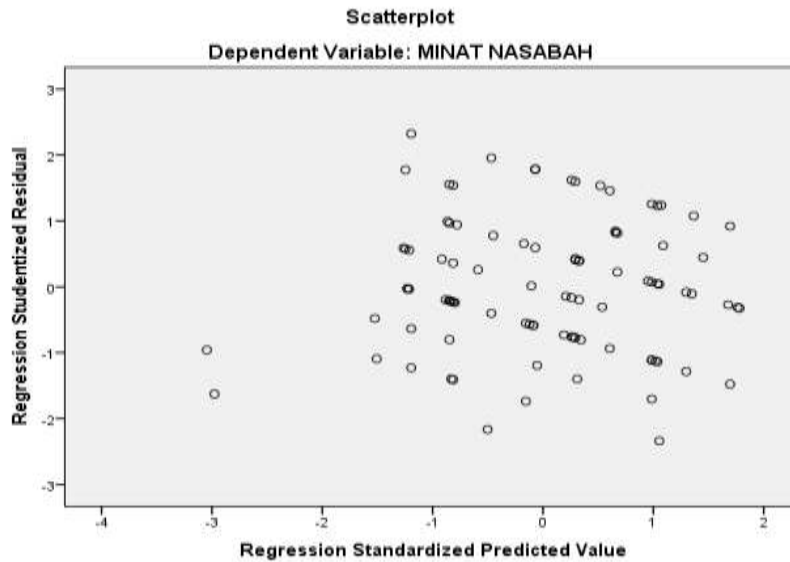
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

F. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.251	1.287		1.750	.084
	KEMUDAHAN AKSES	-.031	.045	-.076	-.697	.487
	TRUST	-.003	.061	-.006	-.056	.956
	KEAMANAN	-.016	.061	-.029	-.268	.789

a. Dependent Variable: RES2



G. Regresi Linier Berganda Uji T Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.052	2.197		3.665	.000
	KEMUDAHAN AKSES	-.014	.076	-.018	-.185	.854
	TRUST	.301	.104	.284	2.896	.005
	KEAMANAN	.315	.105	.293	3.011	.003

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

H. Uji Regresi Linier Berganda Uji F Simultas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.414	3	21.471	7.312	.000 ^b
	Residual	267.207	91	2.936		
	Total	331.621	94			

a. Dependent Variable: MINAT NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEAMANAN, TRUST, KEMUDAHAN AKSES

I. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.441 ^a	.194	.168	1.71358

a. Predictors: (Constant), KEAMANAN, TRUST, KEMUDAHAN AKSES

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$df = 1 - 200$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

K]

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798

71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137

106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669

148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406

183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



Titik Persentase Distribusi t d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 - 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 -120)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 -160)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 -200)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74







Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

JURNAL PENELITIAN

Pengaruh Kemudahan Akses, *Trust*, Keamanan terhadap Minat Nasabah dalam Menggunakan

Layanan *Mobile Banking* di Bank BSI KCP Kencong

Tanggal	Keterangan	Paraf
06 Juli 2022	Menyerahkan surat izin dan proposal penelitian	
06 Juli 2022	ACC proposal untuk penelitian di BSI KCP Kencong	
06 Juli 2022	Wawancara dengan Bapak Dennis Bagus selaku <i>operational staff</i> dan Ibu Inayatus Sholihah selaku <i>customer service</i>	
15 September 2022	Penyebaran kuesioner kepada nasabah melalui google form	
19 September 2022	Penyebaran kuesioner kepada nasabah dan dokumentasi	
20 September 2022	Penyebaran kuesioner kepada nasabah dan dokumentasi serta Meminta surat selesai penelitian di Bank BSI KCP Kencong Jember	

Jember, 20 September 2022

BSI KCP Kencong Jember


Alex Ari Gustopo
Branch Operation & Service Manager

SURAT KETERANGAN

No: 02/499-3/8169

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Alex Ari Gustopo

Jabatan : *BOSM*

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nindi Eli Safitri

NIM : E20181081

Alamat : Dsn Pondokasem RT/RW 027/005 Desa Kedungsari, Kec. Tegaldlimo, Kab. Banyuwangi

Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking Di Bank BSI KCP Kencong.

Menerangkan bahwa nama yang tertera diatas tersebut benar telah melakukan penelitian pada Bank Syariah Indonesia KCP Kencong pada bulan Juli sampai dengan September 2022.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kencong, 20 September 2022



BSI BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP. Kencong

Alex Ari Gustopo
BOSM

DOKUMENTASI



Wawancara dengan bapak Dennis Bagus T, Selaku operational staff dan ibu inayatus Sholihah selaku Customer Service BSI KCP Kencong Jember, sekaligus meminta izin untuk melakukan penelitian di Bank BSI KCP Kencong (Proposal di CC)



Meminta bantuan kepada pak satpam BSI KCP Kencong dalam proses penyebaran kuesioner

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Penyebaran Kuesioner berupa lembaran kertas dan google form (Melalui Handphone) kepada nasabah BSI KCP Kencong yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking*

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nindi Eli Safitri

NIM : E20181081

Prodi/Jurusan : Perbankan Syariah/Ekonomi Islam

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Pengaruh Kemudahan Akses, Trust, Keamanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Layanan Mobile Banking di Bank BSI KCP Kencong**”. Bukan merupakan hasil plagiat dan/tidak mengandung unsur plagiat (*plagiasi*).

Jember, 28 Oktober 2022

Saya Yang Menyatakan



Nindi Eli Safitri
Nim.E20181081



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-23.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/10/2022

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Nindi Eli Safitri
NIM : E20181081
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh kemudahan akses, Trust, keamanan terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking di Bank BSI KCP Kencong

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 18 Oktober 2022
An. Dekan
Kepala Bagian Akademik
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahrul Mulyadi

BIODATA PENULIS



Nama : Nindi Eli Safitri
Nim : E20182081
Tempat, Tanggal Lahir : Banyuwangi, 03 Januari 2000
Alamat : Dsn. Pondokasem Rt/Rw 027/005 Desa Kedungasri, Kec.
Tegaldlimo, Kab. Banyuwangi.
Agama : Islam
No. Hp : 081252190081
Alamat Email : nindielisafitri@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. TK Tunas Kartika 2006
2. SDN 3 Kedungasri 2012
3. SMP Unggulan Darul Ulum Muncar 2015
4. MAN 3 Banyuwangi 2018
5. UIN KHAS Jember 2022