

**PENGARUH *CONVENIENCE*, *CUSTOMER ENJOYMENT*,
EASE OF USE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BERULANG *CARDLESS WITHDRAWAL* BSI
MOBILE BANKING PADA NASABAH
GENERASI Z**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh :

FINDA DESI LUTFIANA
NIM : 211105010040

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2025**

**PENGARUH *CONVENIENCE*, *CUSTOMER ENJOYMENT*,
EASE OF USE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BERULANG *CARDLESS WITHDRAWAL* BSI
MOBILE BANKING PADA NASABAH
GENERASI Z**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

FINDA DESI LUTFIANA
NIM : 211105010040

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2025**

**PENGARUH *CONVENIENCE*, *CUSTOMER ENJOYMENT*,
EASE OF USE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BERULANG *CARDLESS WITHDRAWAL* BSI
MOBILE BANKING PADA NASABAH
GENERASI Z**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Finda Desi Lutfiana
NIM: 211105010040

Dosen Pembimbing

Nadia Azalia Putri, M.M.
NIP. 199403042019032019

**PENGARUH CONVENIENCE, CUSTOMER ENJOYMENT,
EASE OF USE TERHADAP MINAT PENGGUNAAN
BERULANG CARDLESS WITHDRAWAL BSI
MOBILE BANKING PADA NASABAH
GENERASI Z**

SKRIPSI

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

Hari : Selasa
Tanggal : 17 Juni 2025

Tim penguji :

Ketua

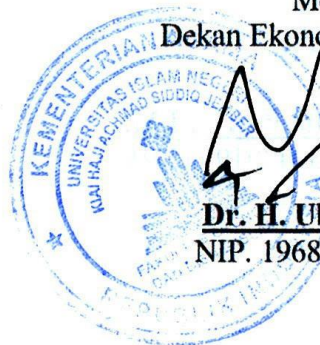
Sekretaris

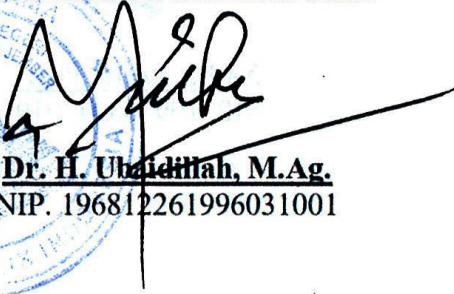

Dr. Hj. Nurul Widyawati I.R., S.Sos., M.Si. Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.
NIP. 197509052005012003 NIP. 199202062020122009

Anggota :

1. Dr. Hikmatul Hasanah, S.E.I., M.E. (..........)
2. Nadia Azalia Putri, M.M. (..........)

Menyetujui,
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَّا آتَاهَا سَيِّجَعُلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

Allah tidak membebani kepada seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah kelak akan menganugerahkan kemudahan setelah kesempitan. (QS. At- Thalaq 7)¹



¹ Tim Penyempurnaan Terjemah Al-quran Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019, QS. At-Thalaq 7 (Jakarta Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Quran) <https://archive.org/details/al-quran-kemenag-edisi-penyempurnaan-2019/page/n95/mode/2up>.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kekuatan, serta kemudahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tidak lupa shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulis ucapkan terimakasih atas keterlibatan dan waktunya kepada pihak-pihak yang selalu mendukung diantaranya:

1. Kepada kedua orang tua saya, Alm. Bapak Hanip Riadi S.P beliau adalah sosok yang menjadi panutan saya dan selalu berpesan untuk tidak lelah menuntut ilmu setinggi-tingginya serta jangan pernah putus asa, saya berharap beliau bangga saat saya berada dititik sekarang ini. dan kepada ibu Ririn Sri Wahyuni yang tanpa lelah dengan penuh kasih sayang memanjatkan doa yang luar biasa, serta memberikan dukungan berupa moril maupun materil, sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi saya.
2. Kepada adik saya, tante, dan om segenap keluarga besar, Amalia Nur Aini Raudhatul Aisyah dan Hasinul M yang telah memberikan doa dan semangat. Semoga kita terus hidup rukun bersama dan saling membantu sesama.
3. Kepada sahabat terbaik saya Lin Jiankun, Devita, Tri wahyuni, dan aminah, saya banyak berterimakasih pada kalian yang selalu memberi semangat.
4. Segenap guru-guru dari TK hingga perguruan tinggi yang telah membimbing dan memberikan ilmu kepada saya.
5. Kepada teman-teman seperjuangan dari semester satu sampai detik ini, terima kasih atas dukungan dan semangat yang telah diberikan sepanjang perjalanan kuliah.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dalam menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) jenjang pendidikan S1 jurusan Perbankan Syariah. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. Penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **Pengaruh Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use Terhadap Minat Penggunaan Berulang Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z .**

Skripsi ini bukan akhir dari pencarian ilmu pengetahuan, akan tetapi menjadi langkah awal dari sebuah proses kehidupan untuk menjadi yang lebih baik. Kesuksesan ini didapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyadari dan menyampaikan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Hepni, S. Ag., M.M., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA) yang juga sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

4. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Nadia Azalia Putri M.M selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan arahan, bimbingan dan bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Jajaran Dosen akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achamad Siddiq Jember.
7. Seluruh pihak BSI dan nasabah yang berkontribusi besar pada pengumpulan data, terimakasih atas jasa-jasanya.

Keberhasilan penulis tidak lepas dari karunia Allah SWT yang memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian ini, dan semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi yang membaca terlebih bagi penulis sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dalam menerima kritik dan saran dalam pembenahan skripsi ini.

Akhir kata, semoga segala amal baik yang bapak/ibu/saudara/i berikan kepada penulis mendapatkan balasan kebaikan yang lebih dari Allah SWT.

Jember, 25 April 2025

Finda Desi Lutfiana
NIM. 211105010040

ABSTRAK

Finda Desi Lutfiana, Nadia Azalia Putri, 2025: *Pengaruh Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use Terhadap Minat Penggunaan Berulang Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z.*

Kata Kunci : *Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use , Minat Penggunaan Berulang.*

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah berbagai aspek dalam kehidupan sosial dan ekonomi, termasuk cara masyarakat bertransaksi. Perbankan digital Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu faktor utama dari pertumbuhan ini adalah golongan anak muda kita kenal sebagai Gen Z, yang semakin memilih bank digital sebagai solusi keuangan mereka. Salah satu inovasi modern yang telah diadopsi adalah layanan *cardless withdrawal*. ialah untuk menarik uang tunai dari ATM tanpa menggunakan kartu debit.

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah bagaimana *convenience, customer enjoyment, ease of use* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal bsi mobile banking* pada nasabah generasi z.

Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui *convenience, customer enjoyment, ease of use* berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal bsi mobile banking* pada nasabah generasi z.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner dan menggunakan rumus Cochran sehingga responden yang diambil sebanyak 100 orang. Sedangkan teknik analisis data diuji dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Hasil pengujian secara parsial diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $Sig < 0,05$. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*. Sedangkan hasil pengujian secara simultan dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $Sig < 0,05$. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use* secara simultan berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*. Berdasarkan hasil uji koefisiensi determinasi menunjukan bahwa variabel *Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use* dapat mempengaruhi variabel minat penggunaan berulang sebesar 52,3% sedangkan sisanya 47,7% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

	Hal.
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Ruang lingkup Penelitian	13
F. Definisi Operasional	15
G. Asumsi Penelitian	18
H. Hipotesis Penelitian	19
I. Sistematika Pembahasan	25

BAB II KEPERPUSTAKAAN.....	27
A. Penelitian Terdahulu	27
B. Kajian Teori.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	57
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	57
B. Populasi dan Sampel	58
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	60
D. Analisis Data	62
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	67
A. Gambaran Objek Penelitian	67
B. Penyajian Data	70
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis	71
D. Pembahasan	87
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Saran-Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

	Hal.
Tabel 1. 1 Indikator Variabel	14
Tabel 2. 1 Daftar Penelitian Terdahulu	41
Tabel 4.1 Deskripsi Profil Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.2 Deskripsi Profil Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Pernyataan Responden Tentang Variabel Convenience.....	71
Tabel 4.4 Pernyataan Responden Tentang Variabel Customer Enjoyment	72
Tabel 4.5 Pernyataan Responden Tentang Variabel Ease of Use.....	73
Tabel 4.6 Pernyataan Responden Tentang Variabel Minat penggunaan berulang	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Convenience	76
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Customer Enjoyment.....	76
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Ease Of Use	77
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan Berulang	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji T)	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	86
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi (R ²)	87

DAFTAR GAMBAR

	Hal.
Gambar 1.1 Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2023 dan 2024.	9
Gambar 1.2 Model Hubungan Pengaruh Variabel	19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi BSI Jember	69
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	79



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat signifikan, mengubah berbagai aspek dalam kehidupan sosial dan ekonomi, termasuk cara masyarakat bertransaksi. Perkembangan teknologi modern berperan penting dalam mendorong perubahan sistem pembayaran pada kegiatan transaksi². Salah satu layanan yang banyak digunakan adalah *mobile banking* yang difasilitasi oleh perbankan syariah dan perbankan konvensional. Perbankan digital Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan konsisten dalam beberapa tahun terakhir³. Salah satu faktor utama dari pertumbuhan ini adalah golongan anak muda berusia 12 hingga 27 tahun, atau kita kenal sebagai Gen Z, yang semakin memilih bank digital sebagai solusi keuangan mereka. Salah satu layanan bank digital yang menarik minat mereka yakni *mobile banking* yang mempermudah proses transaksi keuangan tanpa perlu mengunjungi bank secara langsung.⁴

Perkembangan sektor dalam beberapa dekade terakhir, industri keuangan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dan

² Lutfia Farhatul Mahmuda, Nurul Setyaningrum, Retna Anggitani, Convenience, Benefits, Security, Trust, and Innovation: A Decision-Making Framework for the Gojek Application's Gopay Feature During the COVID-19 Pandemic, *Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* Desember 30, 2023, <https://doi.org/10.55120/iltizam.v3i1.1745>

³ Antara News, Bi: Transaksi Perbankan Digital Meningkat Capai Rp5.570,49 Triliun” 20 juni 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4160283/bi-transaksi-perbankan-digital-meningkat-capai-rp557049-triliun>.

⁴ Samuel Gading, Hasil Survei : Bank Digital RI Tumbuh Pesat Negara Gen Z” July 9, 2024, <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegaragenz#:~:text=Menurut%20survei%20yang%20dilakukan%20oleh,secara%20tahunan%20pada%20Mei%202024>.

berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya sistem ekonomi berbasis syariah yang mengedepankan prinsip keadilan, kemitraan, dan transparansi dalam setiap transaksi keuangannya⁵. Secara umum, Indonesia berada di posisi ketiga sebagai negara yang memiliki perkembangan keuangan Islam paling tinggi.⁶ Keberadaan Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan respons terhadap kebutuhan umat Muslim akan institusi keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Di era digitalisasi ini tentu BSI selalu berinovasi, hal ini dibuktikan dengan 3 tahun terakhir BSI mengalami peningkatan pesat dan mendapatkan beberapa penghargaan antara lain, Pada tanggal 7 April 2022, Aplikasi BSI Mobile milik PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) berhasil meraih predikat sebagai mobile banking terbaik dalam kategori bank umum syariah. Selain itu pada tanggal 31 Agustus 2023, BSI meraih penghargaan kategori “Inovasi untuk Negeri” dalam ajang Merdeka Award 2023 atas komitmennya dalam memberikan kontribusi kepada Tanah Air melalui berbagai-bagai macam inovasi.⁷ Pada tanggal 15 September 2024, BSI meraih penghargaan *Best Digital Bank* dalam ajang internasional *Euromoney Awards for Excellence 2024*⁸.

⁵ M.F Hidayatullah, Ayu firnanda, implementasi Akad Mudharabah dalam Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) di KSPPS BMT NU Cabang Silo. Vol.02 No.03 Januari-Maret (2025) <https://jurnal.itc.web.id/index.php/jipm>

⁶Refinitiv, Islamic Finance Development Indicator Report, 2022: *EMBRACING CHANGE* Mei 17, 2022. https://icd-ps.org/uploads/files/ICD%20Refinitiv%20ifdi-report-20221669878247_1582.pdf.

⁷Bank Syariah Indonesia, Inovasi Untuk Negeri Bawa BSI Raih Penghargaan, Desember 2021 <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/inovasi-untuk-negeri-bawa-bsi-raih-penghargaan>.

⁸Bank Syariah Indonesia, Inovasi Untuk Negeri Bawa BSI Raih Penghargaan, Desember 2021 <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/inovasi-untuk-negeri-bawa-bsi-raih>.

Mobile banking milik BSI memiliki beberapa perbedaan mendasar dibandingkan dengan *mobile banking* bank konvensional, terutama terkait dengan prinsip syariah, layanan, dan fitur yang ditawarkan. Berikut adalah beberapa perbedaan yang menonjol antara lain, dalam prinsipnya sebagai bank syariah, semua layanan dan transaksi dalam aplikasi BSI mengikuti prinsip-prinsip syariah, yang berarti bebas dari riba (bunga), ketidakpastian, dan perjudian. Produk-produk seperti tabungan, investasi, dan pembiayaan dirancang sesuai dengan hukum Islam. Di sisi lain, *mobile banking* konvensional mereka menawarkan layanan dengan menggunakan sistem bunga. Dalam fitur keuangan Islami *mobile banking* BSI sering menawarkan biaya transaksi yang lebih ringan atau bahkan bebas biaya untuk transaksi antar sesama nasabah. Hal ini menjadi keuntungan signifikan bagi nasabah yang rutin melakukan transaksi internal. Berbeda dengan *mobile banking* pada bank konvensional, di mana beberapa bank masih menerapkan biaya administrasi untuk berbagai jenis transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan, maupun penggunaan kartu debit atau kredit. Besaran biaya tersebut dapat bervariasi, tergantung pada kebijakan masing-masing bank.⁹

BSI dalam menjalankan operasionalnya menawarkan tiga jenis produk utama, yaitu penghimpunan dana (funding), penyaluran dana (lending), serta penyediaan jasa (service) untuk memenuhi kebutuhan finansial nasabah, bank syariah terus mengembangkan produk dan layanan perbankan guna

[penghargaan.](#)

⁹ Luluk Musfiroh, Putri Aprilia Sari. Analisis Akuntansi Persediaan Barang Dagang Dalam upaya Mengoptimalkan Penjualan Berdasarkan Prinsip Syariah Pada toko Pecah Belah H.Edi, , (Skripsi, UIN KHAS Jember, November 2024)

beradaptasi dengan kemajuan teknologi serta menghadapi persaingan, sehingga tetap relevan dalam memberikan layanan terbaik kepada nasabah. Pada sektor industri konsep digital ekonomi merupakan sektor yang paling diharapkan untuk terus melakukan inovasi, yang diperlukan agar industri mampu menguasai dan menembus pasar.¹⁰ Dengan menyediakan layanan online dalam melakukan transaksi keuangan maupun non keuangan tentu akan memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi para nasabah. Kemudahan dan kenyamanan ini ditawarkan oleh perbankan melalui layanan *mobile banking*.¹¹

Meskipun penggunaan *mobile banking* semakin populer di kalangan nasabah, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat berbagai masalah terkait risiko penggunaannya. Salah satu masalah yang sering muncul adalah gangguan pada aplikasi *mobile banking*, terutama di malam hari, di mana nasabah mungkin mengalami kesulitan membuka aplikasi akibat sistem bank yang belum sepenuhnya stabil atau kehilangan sinyal. Selain itu, tidak sedikit nasabah yang belum sepenuhnya memahami manfaat dari fitur-fitur yang tersedia dalam layanan *mobile banking*. Permasalahan lainnya adalah kurangnya sosialisasi kepada nasabah, yang menyebabkan mereka merasa kurang paham dan takut untuk mencoba bertransaksi melalui sistem ini serta adanya kegagalan transaksi yang mereka butuhkan secara mendesak.

¹⁰ Fatimatu Zahro, Analisis Strategi bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy, 25 oktober 2022.

¹¹ Ari Priyani, Siti Maryam, dan Burhanudin, Studi Komparasi Persepsi Kemanfaatan dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Mobile banking antara Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z, *Edunomika* Vol.04, No.02 (2020)

Convenience adalah tingkat kenyamanan dimana menjadi faktor utama yang memengaruhi pilihan pengguna terhadap layanan *mobile banking*. Pengguna yang menganggap layanan mudah dan nyaman untuk diakses lebih cenderung terdorong menggunakannya. Salah satu masalah utama adalah aksesibilitas layanan *cardless withdrawal*. Apabila pengguna tidak menemukan lokasi ATM yang mendukung fitur ini atau jika jaringan internet yang diperlukan tidak stabil mereka akan merasa tidak nyaman dan cenderung tidak menggunakan layanan tersebut. Penggunaan fitur *cardless withdrawal* sering kali bergantung pada teknologi, seperti *smartphone* dan koneksi internet. Jika pengguna tidak memiliki perangkat yang memadai atau mengalami masalah teknis, ini dapat mengurangi rasa *convenience* dan mendorong mereka untuk kembali ke metode tradisional. Pengguna yang memiliki jadwal yang padat mungkin tidak ingin menghabiskan waktu untuk mempelajari cara menggunakan fitur baru.¹²

Customer enjoyment adalah tingkat kenikmatan yang merupakan keseluruhan kesan dan perasaan yang dialami oleh pengguna saat berinteraksi dengan suatu layanan digital dimana hal ini memegang peranan penting dalam kemauan menggunakan suatu layanan. Pengguna yang memiliki pengalaman positif saat menggunakan aplikasi terdorong akan lebih setia dan bersedia untuk terus menggunakan layanan. Jika pengguna mengalami masalah teknis, seperti aplikasi yang sering *crash* atau proses yang lambat, hal ini dapat mengurangi tingkat *enjoyment* mereka.

¹² Venkatesh, Viswanath, Bala, Hillol. Technology Acceptance Model 3 And A Research Agenda On Interventions. *Decision Sciences, ilmu Keputusan* 39(2) 2020 DOI: [10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x)

Pengalaman negatif ini dapat menyebabkan mereka enggan untuk menggunakan fitur *cardless withdrawal* di masa mendatang. Pengalaman pengguna juga dipengaruhi oleh interaksi sosial. Jika pengguna merasa bahwa menggunakan *cardless withdrawal* tidak memberikan pengalaman sosial yang menyenangkan, seperti berbagi momen dengan teman, mereka mungkin kurang tertarik. *Customer enjoyment* bukan hanya tentang pengalaman satu kali, tetapi juga tentang bagaimana pengguna merasa *enjoy* setelah beberapa kali menggunakan layanan. Jika mereka merasa puas secara konsisten, mereka akan lebih cenderung untuk merekomendasikan *cardless withdrawal* kepada orang lain.¹³

Selain itu, *Ease of use* atau kemudahan penggunaan adalah kunci utama dalam penerimaan teknologi baru. Jika suatu aplikasi dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung menggunakan aplikasi tersebut secara teratur. Studi menunjukkan bahwa generasi Z sangat menghargai sistem yang ramah pengguna.¹⁴ Pengalaman pengguna sangat berpengaruh terhadap persepsi *ease of use*. Jika pengguna mengalami kesulitan saat pertama kali menggunakan fitur *cardless withdrawal* misalnya, proses yang panjang atau instruksi yang tidak jelas ini dapat mengurangi minat mereka untuk menggunakan layanan tersebut di masa mendatang.¹⁵ Meskipun generasi Z

¹³ Lee Youngwha, Kozar, Kenneth, Larsen, Kai, The Technology Acceptance Model: Past, Present, And Future. *Communications Of The Association For Information Systems*. March 18, 2020 <http://dx.doi.org/10.17705/1CAIS.01250>

¹⁴ Putri Adining Ayu, Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bri Di Kota Jember (Studi Pada Nasabah Bri Generasi Y Dan Generasi Z, (Skripsi, UIN KHAS Jember, juni 2023)

¹⁵ Chotifah, Peningkatan Minat Menabung di Bank Syariah Melalui Program Office Channeling. *Journal Of Finance and Islamic Banking*, 2019 1(1), 65-75 doi:

dikenal sebagai digital *natives*, tidak semua individu dalam kelompok ini memiliki tingkat kenyamanan yang sama dengan teknologi baru.¹⁶

Generasi Z, lahir 1997-2012, tumbuh dengan teknologi digital. Mereka lebih menyukai opsi transaksi keuangan yang cepat dan nyaman.¹⁷ Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami kebutuhan dan perilaku penggunaan teknologi keuangan di kalangan mereka. Pertumbuhan perbankan digital didorong kuat oleh Gen Z yang menempati kelompok generasi terbesar di Indonesia saat ini. Sebagai generasi pertama yang tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda, Generasi Z, sebagai kelompok usia yang paling terpapar teknologi sejak dini, memiliki gaya hidup yang lebih dinamis dan cenderung berorientasi pada *convenience*. Mereka lebih memilih layanan yang cepat dan mudah, dan bersedia mencoba teknologi baru yang mendukung gaya hidup mereka yang serba cepat. Generasi Z sebagai '*true digital natives*'. Mereka tidak pernah mengenal dunia tanpa *smartphone*, tablet, dan media sosial. Oleh karena itu, penting untuk memastikan Generasi Z memiliki literasi keuangan digital yang memadai agar keputusan keuangan mereka di masa mendatang menjadi keputusan yang produktif dan membantu mempercepat penyelesaian masalah keuangan di masyarakat.¹⁸

10.22515/jfib.v1i1.732.

¹⁶ Muftia Parasati, Optimalkan *Mobile banking* Untuk Penuhi Ekspektasi Milenial dan Gen Z, *Mitracomm Ekasarana*, 19 Desember 2022, <https://mitracomm.com/optimalkan-mobile-banking/>.

¹⁷ Bambang, Masrunik, Rizal, Motivasi Kerja dan Gen Z: Teori dan Penerapan. Zaida *digital publishing*, April 2020

¹⁸ Khairunnisa Musari, Sutan Emir Hidayat, Pengetahuan dan Perilaku Keuangan Digital Generasi Z di Indonesia: Survei Literasi FinTech Islam Menuju Inklusi Keuangan Digital, 2022, <https://www.igi-global.com/book/fintech-development-financial-inclusiveness/270787>

Layanan tarik tunai tanpa kartu (*cardless withdrawal*) merupakan inovasi perbankan digital yang memudahkan nasabah dalam mengambil uang tunai tanpa harus membawa kartu ATM. Dalam hal ini, Meskipun Bank Muamalat mengawali penerapan layanan ini, dalam perkembangannya, Bank Syariah Indonesia (BSI) mampu menghadirkan layanan *cardless withdrawal* yang lebih unggul dalam berbagai aspek. Melalui aplikasi BSI *Mobile*, nasabah tidak hanya dapat menarik uang tunai tanpa kartu di Indomaret, tetapi juga di jaringan ritel lain seperti Alfamart dan Alfamidi, serta di seluruh ATM BSI, menjadikan jangkauan layanan ini jauh lebih luas. Selain itu, biaya transaksi yang dikenakan oleh BSI relatif lebih rendah bahkan gratis untuk penarikan di ATM BSI dibandingkan biaya tetap sebesar Rp5.000 per transaksi di Indomaret milik Bank Muamalat. Masa berlaku kode tarik tunai BSI juga jelas, yaitu dua jam, memberikan kepastian dan kemudahan bagi pengguna, sementara Muamalat belum menyampaikan secara spesifik batas waktu penggunaan token tarik tunai.¹⁹

Dari sisi pengalaman pengguna dan efisiensi operasional, layanan *cardless withdrawal* milik BSI semakin menunjukkan keunggulan dengan tampilan aplikasi yang lebih modern serta fitur-fitur tambahan yang mendukung kebutuhan nasabah sehari-hari. Dengan demikian, meskipun Bank Muamalat lebih dulu mengadopsi fitur ini, BSI berhasil mengoptimalkannya menjadi layanan yang lebih praktis, hemat biaya, dan mudah diakses oleh lebih banyak kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa

¹⁹ Bank Syariah Indonesia. (n.d.). Tarik Tunai Tanpa Kartu Melalui BYOND by BSI, <https://www.bankbsi.co.id/promo/tarik-tunai-tanpa-kartu-melalui-byond-by-bsi>.

kecepatan dalam mengadopsi inovasi digital penting, namun kemampuan untuk menyempurnakan dan memperluas manfaat layanan tersebut menjadi kunci dalam memenangkan hati nasabah di era digital perbankan saat ini.²⁰

Di tengah pesatnya arus digitalisasi, generasi muda khususnya Generasi Z menjadi kelompok pengguna yang sangat potensial dalam mengadopsi teknologi keuangan, termasuk dalam pemanfaatan layanan *mobile banking*. Salah satu wilayah dengan populasi Generasi Z yang cukup signifikan berada di kawasan Tapal Kuda, sebuah istilah yang merujuk pada wilayah di bagian timur Provinsi Jawa Timur. Kawasan ini mencakup tujuh kabupaten, yaitu Banyuwangi, Bondowoso, Jember, Lumajang, sebagian wilayah Pasuruan, Situbondo, dan Probolinggo.²¹

Gambar 1.1

Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2023 dan 2024.

Kabupaten/kota	Mahasiswa/Students					
	Negri/Public		Swasta/Private		Jumlah/Total	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024
Lumajang	-	-	5.380	4.898	5.380	4.898
Jember	56.424	50.454	30.200	30.896	86.624	81.350
Banyuwangi	3.796	3.580	14.055	13.010	17.851	16.590
bondowoso	-	-	956	1.007	956	1.007
Situbondo	-	-	9.220	8.766	9.220	8.766
Probolinggo	-	-	11.596	12.250	11.596	12.250
Pasuruan	-	-	7.321	7.765	7.321	7.765

Sumber : BPS Provinsi Jawa Timur 19 Februari 2025²²

²⁰ Bindu K. Nambiar1 · Kartikeya Bolar, Factors influencing customer preference of cardless technology over the card for cash withdrawals: an extended technology acceptance model, *Journal of Financial Services Marketing* (2023), <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00139-y>.

²¹ Data Boks: Jumlah Mahasiswa (Negri dan swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2021 dan 2022. *Googel, Last Modified* Juli 20, 2023, <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjkzOCMx/jumlah-mahasiswa-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-2021-dan-2022.html>.

²² BPS Prov Jawa Timur. Jumlah perguruan tinggi, dosen, dan mahasiswa (negeri dan swasta), last modified 19 Februari 2025. <https://jatim.bps.go.id/id/statisticstable/3/Y21kVGRHNXZVMEI3S3pCRLIyMHJRbnB1WkVZemR6MDkjMw==/jumlah-perguruan-tinggi-sup-1-sup---dosen--dan-mahasiswa-negeri-dan-swasta--di-bawah-kementerian-ri-set--teknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-timur--2024.html?year=2024>

Di antara kabupaten-kabupaten tersebut, Kabupaten Jember mencatat jumlah mahasiswa terbanyak pada tahun 2023 dan 2024, dengan total 86.624 mahasiswa pada tahun 2023 dan 81.350 mahasiswa pada tahun 2024, yang terdiri atas mahasiswa dari perguruan tinggi negeri maupun swasta. Data ini menunjukkan bahwa Jember merupakan salah satu pusat pertumbuhan pendidikan tinggi di wilayah Tapal Kuda, dengan dominasi generasi muda seperti generasi Z yang berpotensi besar dalam pemanfaatan teknologi keuangan digital.²³ Generasi Z memiliki potensi yang besar dalam memanfaatkan layanan *mobile banking* seiring dengan gaya hidup mereka yang lekat dengan teknologi digital. Mengingat peran strategis *mobile banking* dalam mendukung aktivitas keuangan sehari-hari, pemahaman terhadap preferensi dan perilaku generasi ini menjadi penting dalam pengembangan layanan keuangan yang relevan dan berkelanjutan, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak faktor-faktor seperti *convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use* terhadap minat menggunakan *cardless withdrawal* pada nasabah generasi Z. Berdasarkan yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti dan meninjau lebih dalam lagi mengenai minat berulang nasabah generasi Z di Jember terhadap penggunaan *cardless withdrawal*. Maka dari itu, peneliti ingin mengkaji permasalahan yang terjadi dengan mengambil judul **“Pengaruh Convenience, Customer Enjoyment, Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan Berulang Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking pada Nasabah Generasi Z”**

²³ Anindya Milagsita, Gen Z Tahun Berapa? Ini Urutan 7 Generasi Berdasarkan Tahunnya, Artikel Detikjogja, November 17, 2024,
<https://www.detik.com/jogja/berita/d-7642308/gen-z-tahun-berapa-ini-urutan-7-generasi-berdasarkan-tahunnya>.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *convenience* berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z?
2. Apakah *customer enjoyment* berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z?
3. Apakah *ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z?
4. Apakah *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use* secara bersamaan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *convenience* terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z.
2. Untuk menguji pengaruh faktor *customer enjoyment* terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada generasi Z.
3. Untuk menguji pengaruh *ease of use* terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada Nasabah generasi Z.
4. Untuk menguji *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use* secara bersamaan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* pada layanan *mobile banking* pada nasabah generasi Z. Penelitian ini bisa menambah wawasan di bidang teknologi informasi dan perbakaan khususnya terkait perilaku generasi Z.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Menjadi wadah untuk menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku perkuliahan, memperluas pengalaman, serta melatih kemampuan dalam menyelesaikan permasalahan sebelum memasuki dunia kerja.

b. Bagi Akademisi

Menjadi informasi lapangan terkait pengaruh *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use* terhadap minat penggunaan berulang BSI *Mobile Banking*. Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi kepustakaan.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian juga dapat membagikan masukan bagi pemasar untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dalam mempromosikan layanan *Cardless Withdrawal*, dengan memperhatikan aspek *convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use* yang menjadi pertimbangan utama bagi generasi Z. Sehingga perusahaan dapat

mendapatkan keunggulan kompetitifnya.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel adalah suatu sifat yang memiliki nilai-nilai berbeda dengan demikian, variabel merupakan sesuatu yang dapat bervariasi. Definisi Variabel penelitian adalah segala sesuatu, dalam berbagai bentuk, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari guna memperoleh informasi dan kemudian menarik kesimpulan. Secara teoritis, variabel juga merupakan atribut yang terkait dengan bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Pada penelitian ini, selaras dengan judul yang dikemukakan penulis yaitu “Pengaruh *Convenience, Customer Enjoyment, Ease of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking* Pada Nasabah Generasi Z”. Maka penulis mengelompokkan variabel-variabel dalam judul tersebut dalam 3 (tiga) variabel yaitu variabel bebas (*independen*) yaitu terdiri atas *convenience, customer enjoyment, ease of use*. Kemudian variabel terikat (*dependen*) yaitu Minat Penggunaan Berulang²⁴.

2. Indikator Variabel

Setelah mendefinisikan variabel yang akan diteliti, variabel yang telah dirumuskan akan dijabarkan indikator variabelnya masing-masing. Indikator penelitian ini meliputi :

²⁴ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta, 2019)

Tabel 1. 1
Indikator Variabel

no	Variabel	Indikator	Referensi
1	<i>Convenience</i>	a. Aksesibilitas b. Koneksi internet c. Fleksibilitas Waktu	Isnayanti (2022) Pengaruh Kenyamanan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat KutaBlang ²⁵
2	<i>Customer enjoyment</i>	a. Pengalaman pengguna b. interaksi sosial c. kepuasan jangka panjang	Tira, Ahmad, Tuti (2024) Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan <i>Mbanking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah BSI ²⁶
3	<i>Ease of use</i>	a. Mudah untuk di pelajari b. Mudah dimengerti c. Mudah digunakan d. Fleksibel	Diah Ayu Pitaloka (2023) Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon) ²⁷
4	Minat penggunaan berulang	a. Niat untuk menggunakan jangka panjang b. Ketertarikan pada objek minat c. Perasaan senang	Tressya Primadewi, Agus Supriyadi(2023) “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking ²⁸

Sumber: data diolah kembali(2024)

²⁵ Isnayanti, Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang. (Skripsi UIN Arraniry, juli 6, 2022)

²⁶ Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, Tuti Anggraini, Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan *MBanking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim) Vol 10, No 1 (2024)

²⁷ Diah Ayu Pitaloka, Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon). (Skripsi, UIN RadenMasSaid, 2023). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi..>

²⁸ Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking, (*Prosiding seminar nasional akuntansi dan manajemen* -2023) <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/738>.

F. Definisi Operasioal

Definisi operasional menjelaskan arti suatu hal dalam penelitian secara jelas dan nyata, berdasarkan indikator dari variabel yang diteliti.²⁹

1. *Convenience*

Convenience (berarti sejauh mana seseorang merasa senang dan puas saat menggunakan suatu teknologi dalam melakukan aktivitas. Kenyamanan adalah prosedur, produk dan layanan yang di maksudkan untuk meningkatkan kemudahan akses, menghemat waktu dan tenaga serta membuat lebih efisien dan mudah. Kenyamanan adalah dimana nasabah yang memperkirakan niat untuk kembali menggunakan salah satu fitur *mobile banking* dan mengukur dimensi dalam hal pengalamannya yang asyik, menyenangkan, menarik dan nyaman³⁰.

2. *Customer Enjoyment*

Customer enjoyment adalah kenikmatan yang dirasakan pengguna (*enjoyment*). Jika pengguna menikmati teknologi yang digunakannya, maka akan ada motivasi untuk melanjutkan penggunaan teknologi tersebut³¹. Pengguna akan senang menggunakan aplikasi jika mereka merasakan kenikmatan aplikasi mudah diakses dan nyaman untuk digunakan. Sehubungan dengan penelitian ini, *Customer enjoyment* adalah

²⁹ Babun Suharto dkk, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember (Jember: IAIN Jember, 2019), 79.

³⁰ Gendis Chintia Luna, Eka Sudarusman, Pengaruh Keamanan, Convenience Risk, dan Persepsi Risiko Produk Terhadap Minat Beli Online Pada Situs Jual Beli Shopee, *Jurnal Manajemen*: Vol 3, No 2 (2022) Oktober.

<https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/344/172>.

³¹ Anubhav Mishra, Anujaa Shukla, Nripendra .Rana, wendy Currie, Re-Examining Post-Acceptance Model Of Information Systems Continuance: A Revised Theoretical Model Using MASEM Approach. *International Journal of Information Management*, 68 Februari 2023. 102571. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102571>.

mengacu pada pengalaman, kepuasan, kesenangan, atau kenikmatan yang dialami nasabah saat berinteraksi dengan bisnis, produk, atau layanannya³².

3. *Ease Of Use*

Persepsi *Ease of use* di definisikan sebagai ukuran kemudahan Di mana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari penggunanya. Kemudahan ini berkaitan dengan sejauh mana tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan dan memahami suatu produk. Sistem yang ramah pengguna memiliki desain dan fungsionalitas yang mudah di mengerti, memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan tanpa frustrasi atau bantuan eksternal.³³

4. Minat Penggunaan Berulang

Minat adalah perasaan tertarik pada suatu produk setelah melihatnya, lalu ingin mencoba dan menggunakan produk itu berulang kali. Minat penggunaan berulang mengacu pada keinginan atau ketertarikan individu untuk menggunakan secara berulang pada fitur *cardless withdrawal* pada mesin ATM atau platform lain yang mendukung. Minat ini dapat diukur dari niat pengguna untuk mencoba,

³² Khaoula Akdim, Luis V.Casaló, Carlos Flavián, The Role Of Utilitarian And Hedonic Aspects In The Continuance Intention To Use Social Mobile Apps. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66(October 2022). <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>.

³³ Ratna Asri Saras Sati dan M. Ramaditya, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan *Metland Card*), *repository.stei.ac.id*, 30 september 2022,

http://repository.stei.ac.id/1990/1/ratna%20asri%20saras%20sati%2021177500443_artikeli%20indonesia.pdf.

menggunakan kembali, dan merekomendasikan layanan ini.³⁴

5. *Cardless Withdrawal*

Cardless withdrawal merupakan layanan teknologi terbaru yang menarik bagi pengguna mobile banking. Nasabah dapat melakukan transaksi penarikan tunai dari akun mobile banking menggunakan smartphone tanpa perlu kartu fisik di mesin ATM. Dengan aplikasi perbankan seluler atau platform digital lainnya, nasabah hanya perlu memasukkan PIN untuk melakukan penarikan uang. Layanan ini memudahkan nasabah mengakses dana secara praktis dan modern, sehingga proses penarikan menjadi lebih cepat dan efisien. Selain itu, nasabah dapat mengelola dana mereka dengan aman dan nyaman berkat teknologi canggih yang menjamin tingkat keamanan tertinggi.³⁵

6. Generasi Z

Generasi Z lahir 1997-2012, tumbuh dengan teknologi digital. Mereka lebih menyukai opsi transaksi keuangan yang cepat dan nyaman. Karena itu, pentingnya untuk mengenal kebutuhan dan perilaku penggunaan teknologi keuangan di kalangan mereka. Pertumbuhan perbankan digital didorong kuat oleh Gen Z yang menempati kelompok generasi terbesar di Indonesia saat ini. Sebagai generasi pertama yang

³⁴ Putri Adining Ayu, Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bri Di Kota Jember (Studi Pada Nasabah Bri Generasi Y Dan Generasi Z, (Skripsi, UIN KHAS Jember, juni 2023)

³⁵ Nada Fajriastuti, Ady Arman, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

tumbuh dengan akses internet dan teknologi digital sejak usia muda, generasi Z memainkan peran penting pada ekosistem perekonomian digital. Generasi Z, sebagai kelompok usia yang paling terpapar teknologi sejak dini, memiliki gaya hidup yang lebih dinamis dan cenderung berorientasi pada *convenience*. Mereka lebih memilih layanan yang cepat dan mudah, dan bersedia mencoba teknologi baru yang mendukung gaya hidup mereka yang serba cepat³⁶.

G. Asumsi Penelitian

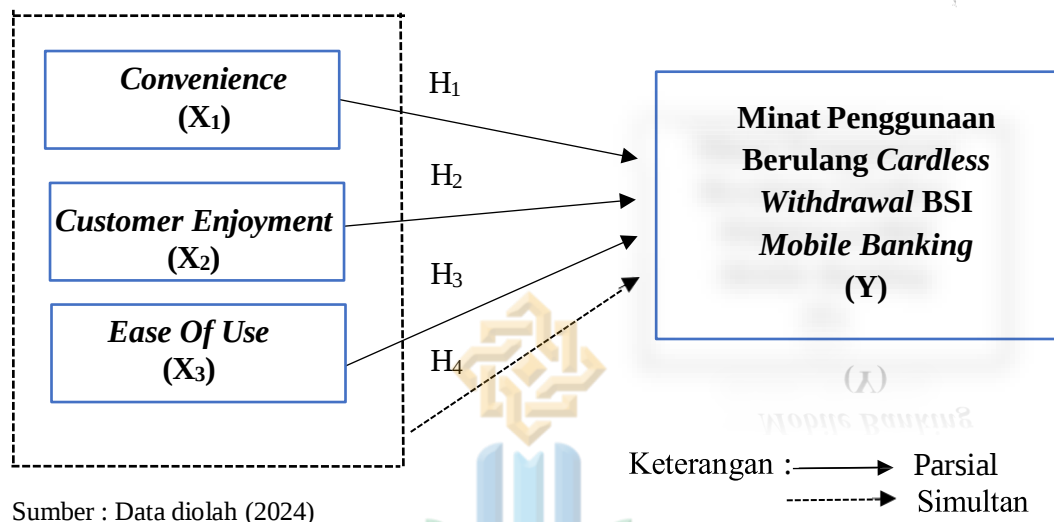
Asumsi penelitian merupakan pandangan dasar yaitu dasar pemikiran yang diterima sebagai kebenaran oleh peneliti³⁷.

Berdasarkan paparan definisi asumsi diatas, maka asumsi yang ditemukan dalam penelitian ini adalah minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* di pengaruhi oleh *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use*. Berikut adalah model penelitian yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh setiap variabel dalam penelitian ini:

³⁶ Bambang, Septiawan, Endah Masrunik, Rizal, Motivasi Kerja dan Gen Z: Teori dan Penerapan. Zaida *digital publishing*, 2020

³⁷ Babun Suharto dkk, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember (Jember: IAIN Jember, 2019), 79.

Gambar 1.2
Model Hubungan Pengaruh Variabel



H. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara tentang hubungan antara dua variabel atau lebih yang berdasarkan teori dan harus diuji untuk membuktikan kebenarannya.³⁸ Berdasarkan kajian teori yang dibangun dalam penelitian ini, maka hipotesis penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Convenience* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*

Convenience atau Kenyamanan yaitu suatu keadaan dimana kebutuhan individu maupun pelanggan telah terpenuhi, dalam arti kenyamanan tersebut akan timbul dengan dirasakannya kepuasan saat setiap prosesnya mudah dan cepat. Kenyamanan dalam mengaplikasikan layanan *mobile banking* berkaitan dengan kemudahan menggunakan fitur *mobile banking*. Karena, jika semakin tinggi persepsi

³⁸ Syafnidawaty, "Hipotesis" *Journal Economics and Bussines*, Universitas raharja, November 04, 2020. <https://raharja.ac.id/2020/11/04/hipotesis/>.

kemudahan maka semakin tinggi pula kenyamanan bagi nasabah untuk bertransaksi melalui *mobile banking*. Terdapat dimensi kenyamanan yaitu kenyamanan akses, kenyamanan transaksi dan kenyamanan setelah memperoleh manfaat. Kenyamanan adalah hasil dari kesenangan dan kebahagiaan pada saat pengalaman bertransaksi³⁹.

Berdasarkan penelitian terdahulu *convenience* dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan digital. Hal ini didukung oleh temuan Tressya Primadewi, Agus Supriadi, Isnayanti, yang menyatakan Kenyamanan nasabah berpengaruh langsung terhadap minat pengguna dalam minat perbankan digital⁴⁰. Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: *Convenience* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal BSI Mobile banking* pada nasabah Generasi Z.

2. Pengaruh *Customer Enjoyment* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*

Customer enjoyment adalah tingkat kepuasan, kesenangan, dan pengalaman positif yang dirasakan oleh pengguna saat menggunakan suatu produk atau layanan pada suatu fitur *mobile banking*. *Enjoyment* dalam

³⁹ Muthia, Nur Ahmadi, Nuri Aslami, Analisis Penggunaan Fitur Pembayaran Online E-Commerce dan Top Up E-Wallet Terhadap Kenyamanan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Sumatera Utara), August 2024 [Jesya \(Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah\)](#) 7(2):2121-2133

⁴⁰ Isnayanti, Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang". (Skripsi UIN Arraniry, juli 6, 2022) <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/21742>.

pengalaman pengguna kerap akan menjadi suatu penilaian yang harus diperhatikan karena dengan pengalaman yang dirasakan pengguna maka akan berdampak pada kepuasan pengguna dan ketika pengguna puas dengan apa yang di dapatkan berdasarkan pengalaman pribadi maka bukan tidak mungkin pengguna tersebut akan merekomendasikannya ke orang lain yang belum memakai aplikasi yang sama. *user experience* diartikan sebagai persepsi dan respon pengguna sebagai hasil dari penggunaan atauantisipasi penggunaan sebuah sistem, produk, maupun layanan⁴¹. pengalaman pengguna tidak hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhan pengguna melainkan juga memberikan pengalaman positif agar pengguna tetap loyal kepada produk atau layanan tersebut.

Berdasarkan penelitian terdahulu pada pengalaman pengguna merupakan keseluruhan kesan dan perasaan yang dialami oleh pengguna saat berinteraksi dengan suatu layanan digital. Pengalaman pengguna yang positif berkontribusi terhadap loyalitas danminat penggunaan berulang berkelanjutan terhadap suatu aplikasi. Hal ini di dukung oleh penelitian Tira, Ahmad, Tuti menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap terhadap loyalitas nasabah BSI dalam penggunaan *mbanking* ⁴². Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang di

⁴¹ Kevin Andika Lukita, Maulahikmah Galinium., James Purnama. "User Experience Analysis of anECommerce Website Using User Experience Questionnaire (UEQ) Framework". *Seminar Nasional Pakar* ke 1. 2018. *Department of Information Technology, Faculty of Engineering and Information Technology Swiss German University*,
<https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/pakar/article/download/2658/2313/6571>

⁴² Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, Tuti Anggraini, Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam PenggunaanMBanking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim) Vol 10, No 1 (2024)

ajukan adalah sebagai berikut:

H2: *Customer enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *Cardless withdrawal BSI Mobile banking* pada nasabah Generasi Z.

3. Pengaruh *Ease Of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*

Kemudahan adalah ukuran bagi seseorang yang percaya bahwa ketika menggunakan suatu teknologi, dapat digunakan dengan jelas tanpa banyak usaha. Teknologi tersebut digunakan dan dioperasikan sehingga datangn ya suatu kepercayaan dalam proses pengambilan keputusan. Kemudahan sebuah konsep dimana seseorang percaya ketika menggunakan suatu teknologi memiliki keyakinan bahwa dapat menguasai dan mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Dalam pengembangan sebuah teknologi atau layanan aspek kemudahan menjadi penting sehingga memudahkan operasionalnya. Teknologi yang fokus pada kemudahan penggunaan dapat meningkatkan peluang kesuksesan suatu produk atau layanan di masyarakat⁴³.

Berdasarkan penelitian terdahulu pada faktor *ease of use* atau kemudahan dapat mempengaruhi variabel minat seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Fajriastuti, Pitaloka, Shella, dan Phothikitti, Penelitian Fajriastuti menunjukkan kemudahan bertransaksi berpengaruh

⁴³ Indah Wahyu Vimawati Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Di Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Satya Negara Indonesia Kampus A) Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta 2019), 22

terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.⁴⁴ Pitaloka menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal* pada bank syariah Indonesia. Kemudian penelitian Shella menunjukkan bahwa variabel kemudahan juga berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fitur *mobile banking cardless withdrawal*. Dan penelitian Phothikitti menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap niat penggunaan *Cardless Automatic Teller Machine (ATM)*.⁴⁵ Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3: *Ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *Cardless withdrawal BSI Mobile banking* pada nasabah Generasi Z.

4. Pengaruh *Convenience, Customer Enjoyment And Ease Of Use* Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*

Convenience mengacu pada sejauh mana produk atau layanan dapat diakses dan digunakan dengan mudah oleh pelanggan. *Convenience* memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian dan kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung memilih produk atau

⁴⁴ Nada Fajriastuti, Ady Arman, "Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*". In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

⁴⁵ Shella Amelia Febriani, "Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *Mobile Banking Cardless Withdrawal* (Tarik Tunai Tanpa Kartu) Pada Mahasiswa Universitas Airlangga" (Skripsi Airlangga 2021), 30

layanan yang lebih mudah diakses dan digunakan.⁴⁶ Menurut chitturi, *customer enjoyment* mengacu pada sejauh mana pelanggan merasakan kesenangan, kegembiraan, atau kepuasan dalam menggunakan produk atau layanan. Ketika pelanggan menikmati pengalaman mereka, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap produk atau layanan tersebut, yang pada akhirnya dapat meningkatkan niat pembelian mereka⁴⁷. *Ease of use* mengacu pada sejauh mana produk atau layanan dapat digunakan dengan mudah oleh pengguna. Ketika pengguna merasa bahwa suatu produk atau layanan mudah digunakan, mereka cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadapnya, yang pada akhirnya dapat meningkatkan niat penggunaan mereka⁴⁸. Secara keseluruhan, *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use* merupakan faktor-faktor penting yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian dan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang dapat menyediakan produk atau layanan yang mudah diakses, menyenangkan, dan mudah digunakan cenderung akan mendapatkan preferensi yang lebih tinggi dari pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu hal ini didukung oleh temuan Isnayanti, yang menyatakan Kenyamanan nasabah berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna dalam minat perbankan digital. Hasil penelitian

⁴⁶ Kathleen Seiders, Glenn Voss, Andrea Godfrey, Dhruv Grewal, "SERVCON: Development And Validation Of A Multidimensional Service Convenience Scale. *Journal Of The Academy Of Marketing Science*, 35(1), 144-156. Mei 2007 <http://dx.doi.org/10.1007/s11747-006-0001-5>

⁴⁷ Ravindra Chitturi, Rajagopal Raghunathan, Vijay Mahajan, "Delight By Design: The Role Of Hedonic Versus Utilitarian Benefits". *Journal Of Marketing*, 72(3), 48-63. 2008. <http://dx.doi.org/10.1509/jmkg.72.3.48>

⁴⁸ Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi. dan Paul Warshaw. "User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User". *Management Science*, 35(8). 1989 <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

Tira, Ahmad, Tuti menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap terhadap loyalitas nasabah BSI dalam penggunaan *mbanking*. Begitu juga pada faktor *ease of use* atau kemudahan dapat mempengaruhi variabel minat seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Fajriastuti, Pitaloka, Shella, dan Phothikitti. Penelitian fajriastuti menunjukkan kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.⁴⁹ Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4: *Convenience, Customer enjoyment and Ease of use* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah Generasi Z.

I. Sistematika Pembahasan

Tahapan dalam menyusun pembahasan skripsi dimulai dengan bab pendahuluan sampai bab penutup. Sistematika pembahasan yang digunakan berbentuk naratif yang dideskripsikan bukan dalam bentuk daftar isi. Adapun sistem pembahasan dalam skripsi ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bagian ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian tersebut. Selain itu, akan dibahas pula ruang lingkup penelitian yang mencakup variabel dan indikator yang

⁴⁹ Nada Fajriastuti, Ady Arman, "Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*". In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

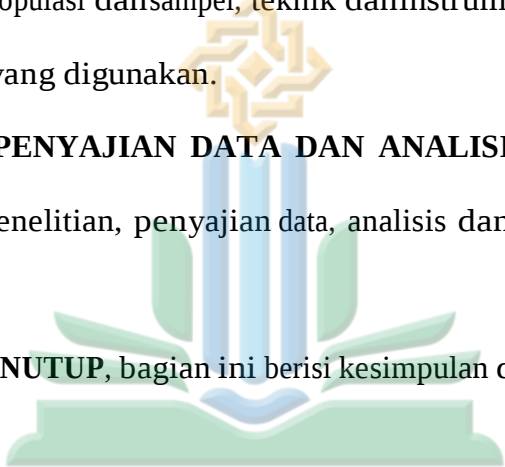
digunakan, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis dan sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, bagian ini berisi tentang penelitian terdahulu dan kajian teori.

BAB III METODE PENELITIAN, bagian ini berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik dan instrumen pengumpulan data serta analisis data yang digunakan.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, bagian ini berisi gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, serta pembahasan.

BAB V PENUTUP, bagian ini berisi kesimpulan dan saran.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang sudah dilakukan sebelum penelitian ini. Selain itu, penelitian terdahulu memiliki hasil yang relevan dengan penelitian ini dilakukan. Adapun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, Tuti Anggraini (2024), melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan Mbanking Terhadap Loyalitas Nasabah BSI”.⁵⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengalaman nasabah dalam penggunaan *mbanking* terhadap loyalitas nasabah bsi. populasi penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia studi kasus masyarakat Sei Mencirim yaitu 40 pelanggan berpartisipasi dalam survei. Peserta perempuan berjumlah 38 orang dan laki-laki berjumlah 2 orang. Pengumpulan data yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia studi kasus masyarakat Sei Mencirim. Hasil temuan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *mobile banking* BSI dipengaruhi secara signifikan oleh pengalaman pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman nasabah *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia dipengaruhi oleh pengalaman nasabah di masa lalu.

⁵⁰ Tira Syahira, Ahmad Perdana Indra, Tuti Anggraini, Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan MBanking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Masyarakat Sei Mencirim) Vol 10, No 1 (2024) <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.13347>

Perbedaan penelitian terletak pada obyek yang diteliti, penelitian terdahulu pada masyarakat Sei Mencirim. Sedangkan penelitian saat ini pada Masyarakat Jember khususnya generasi Z. Perbedaan pada penelitian ini juga terletak pada variabel *dependent* yakni Loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian saat ini pada variabel *dependent* yakni Minat Penggunaan berulang. Persamaan antara keduanya terletak pada metode penelitian kuantitatif dan alat analisis datanya yang menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan aplikasi SPSS.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu Pitaloka (2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi pada Masyarakat di Kota Cirebon)”.⁵¹

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efisiensi, kemudahan dan keamanan terhadap minat pemakaian layanan tarik tunai tanpa kartu pada Bank Syariah Indonesia. Dengan pendekatan Kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menentukan responden merupakan masyarakat kota Cirebon dan merupakan pengguna *BSI Mobile* dengan jumlah 100 responden. Populasi penelitian ini adalah masyarakat kota Cirebon pengguna *BSI Mobile* namun belum menggunakan layanan tarik tunai, per Desember 2021 sebanyak 343.497 jiwa. Hasil penelitian menunjukkan variabel kemudahan

⁵¹ Diah Ayu Pitaloka, Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon). (Skripsi, UIN Raden Mas Said, 2023). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>.

berpengaruh terhadap minat masyarakat kota Cirebon. Dengan kemudahan dalam menggunakan layanan tarik tunai tanpa kartu karena proses transaksi tarik tunai tanpa kartu dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat melalui aplikasi *BSI Mobile*, sehingga dapat diakses dimanapun dan kapanpun.

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel *Independent* yakni efisiensi dan keamanan dan penelitiannya menggunakan studi pada keseluruhan masyarakat Cirebon. Sedangkan pada penelitian saat ini pada variabel *Independent* yakni *Convenience*, *Customer enjoyment* dan penelitian saat ini menggunakan studi pada nasabah Jember. Persamaan antara keduanya terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu kemudahan. Dan variabel *dependent* yakni Minat menggunakan tarik tunai tanpa kartu.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Tressya Primadewi, Agus Supriyadi (2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking”.⁵²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara parsial maupun simultan terhadap minat penggunaan berulang mobile banking. Jenis data dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif dengan sumber data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui media sosial kepada pengguna

⁵² Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking, (*Prosiding seminar nasional akuntansi dan manajemen* -2023) <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/738>.

mobile banking di kalangan generasi X serta data sekunder yang diperoleh dari studi kepustakaan. jumlah sampel yang dijadikan responden sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini adalah Persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang *mobile banking*. Dengan kata lain, kemudahan yang dirasakan oleh generasi X saat menggunakan mobile banking akan mempengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Persepsi kemudahan dan persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang *mobile banking*. Artinya, semakin generasi X merasa bahwa penggunaan *mobile banking* mudah dan memiliki manfaat, maka semakin besar minat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berulang dan begitu juga sebaliknya.

Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel *independent* yaitu persepsi manfaat, sedangkan penelitian saat pada variabel *independent* yaitu *Convenience, Customer enjoyment*. Persamaan keduanya terletak pada salah satu variabel *dependent* yaitu Minat penggunaan berulang.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Putri Adining Ayu, (2023) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking BRI di Kota Jember (Studi pada Nasabah BRI Generasi Y dan Generasi Z)”.⁵³

⁵³ Putri Adining Ayu, Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bri Di Kota Jember (Studi Pada Nasabah Bri Generasi Y Dan Generasi Z, (Skripsi, UIN KHAS Jember, juni 2023)

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan variabel persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *mobile banking* BRI di kota Jember. Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, populasinya merupakan nasabah pengguna *mobile banking* BRI generasi Y dan Z di kota Jember, pengambilan sample menggunakan metode *non probability sampling*. Dengan 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah pengguna *mobile banking* BRI pada generasi Z dan Y di kota Jember.

Perbedaan penelitiannya terletak pada variabel *independent* yaitu persepsi kegunaan dan studi pada Generasi Y. Sedangkan pada penelitian saat ini pada variabel *independent* yaitu *Convenience*, *Customer enjoyment*. Persamaan keduanya terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu kemudahan. Dan studi pada generasi Z, Dan variabel *dependent* yakni minat penggunaan.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Palupi, Trubus Titik (2023) melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu Atm Melalui Aplikasi BSI *Mobile* Dikalangan Generasi Milenial Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.

Penelitian ini untuk mengetahui penerapan transaksi tarik tunai tanpa kartu ATM melalui aplikasi BSI *Mobile* dikalangan generasi milenial dan untuk mengetahui transaksi tarik tunai tanpa kartu ATM melalui aplikasi BSI *Mobile* dalam perspektif ekonomi Islam. Pendekatan

yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bersifat deskriptif analisis yaitu suatu penelitian yang memaparkan dan melaporkan suatu objek gejala kebiasaan kemudian di analisis dengan kritis. Penelitian ini menggunakan populasi yaitu para pengguna fitur tarik tunai melalui aplikasi BSI *Mobile* dikalangan generasi milenial kota Bandar Lampung yang jumlahnya berjumlah 404.881 jiwa. Dengan sampel 30 nasabah. Hasilnya adalah pelaksanaan transaksi tarik tunai tanpa kartu ATM melalui aplikasi BSI *Mobile* dalam perspektif ekonomi Islam menggunakan akad Ijarah. Praktik akad ijarah dalam transaksi tarik tunai tanpa kartu ATM melalui aplikasi BSI *Mobile* yaitu bank adalah penerbit akun sebagai penyedia jasa sistem pembayaran dan pelayanan terhadap pemegang akun atas Ijarah ini, pemegang akun dikenakan membership fee. Selain membership fee, penerbit akun juga mengambil 80 ujah/fee lain yang disebut dengan merchant fee dan fee atas penarikan uang tunai. Sehingga dalam hukum Islam hampir semua ulama fiqh memperbolehkan dan mensyariatkan transaksi ijarah/ujrah. Serta dalam praktiknya akad ini sudah sejalan dengan hukum Islam⁵⁴.

Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif, studi pada generasi milenial dan menggunakan Perspektif Ekonomi Islam. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada transaksi

⁵⁴ Titik Palupi Trubus, Analisis Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu Atm Melalui Aplikasi Bsi *Mobile* di kalangan Generasi Milenial Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *diploma thesis*, UIN Raden Intan Lampung, Agustus 16, 2023. <https://repository.radenintan.ac.id/29778/>.

tarik tunai tanpa kartu dan melalui aplikasi BSI mobile.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Isnayanti (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kenyamanan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang”.⁵⁵

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenyamanan dan kemanfaatan terhadap keputusan penggunaan *mobile banking action* pt. bank aceh syariah pada masyarakat kuta blang. sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin* diperoleh 100 orang sampel yang mewakili keseluruhan masyarakat Kecamatan Kutablang yang memiliki fasilitas *mobile banking*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kecamatan Kutablang Kabupaten Bireuen pada tahun 2020 sebanyak 22.602 jiwa yang tersebar dalam 41 desa. Hasil dari penelitian ini adalah kenyamanan nasabah dan kemanfaatan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *mobile banking ACTIONBAS* pada masyarakat Kuta Blang karena menghemat waktu dan tidak perlu mengantri pada saat melakukan transaksi keuangan dan waktu yang digunakan untuk melakukan transaksi lebih efisien, sehingga meningkatkan kinerja dan menambah produktifitas yang dihasilkan.

Perbedaan penelitian ini pada variabel *dependent* yakni keputusan penggunaan, penelitian ini mengambil sampel menggunakan rumus *slovin*.

Sedangkan penelitian saat ini variabel *dependent* yakni *Customer*

⁵⁵ Isnayanti, Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang, (skripsi, UIN Ar-Raniry Banda Aceh, 2022), 3

enjoyment, ease of use. Pengambilan sampelnya menggunakan rumus Cochran. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Kenyamanan dan menggunakan pendekatan kuantitatif.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Fajriastuti dan Arman (2022) melakukan penelitian dengan judul “Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan Transaksi Minat Nasabah Milenial Bank Syariah dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*”.⁵⁶

Penelitian ini dengan tujuan menguji seberapa besar pengetahuan, keamanan, dan kemudahan bertransaksi nasabah dalam layanan tarik tunai tanpa kartu. Sampel yang diambil menggunakan teknik *nonprobability* sampling yang penentuan sampel berdasarkan kebetulan dengan menentukan kriteria yaitu nasabah milenial BSI. Dalam penelitian ini data nasabah milenial yang telah menggunakan dan belum menggunakan layanan *cardless withdrawal* yang bersedia dijadikan sebagai responden, yang dibagikan dalam bentuk kuesioner/angket. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, Hasil dari penelitian ini adalah variabel pengetahuan, dan kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat nasabah milenial dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal* Artinya nasabah tidak perlu membawa kartu ATM. Nasabah juga merupakan anak muda milenial yang hidupnya ketika melakukan transaksi tidak ingin ribet, hanya membawa *smartphone* saja yang

⁵⁶ Nada Fajriastuti, Ady Arman, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

mempunyai aplikasi *mobile banking* sehingga menimbulkan minat terhadap penggunaan layanan *cardless withdrawal* pada Bank Syariah Indonesia.

Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Pengetahuan, Keamanan dan studi pada nasabah milenial. Sedangkan penelitian saat ini pada variabel *independent* yaitu *Convenience, Customer enjoyment*, dan pada nasabah Generasi Z. Persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Kemudahan dan variabel *dependent* Yakni Minat Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Nadia, Siti Saroh, Danis (2021) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat penggunaan Ulang *E-Money* (studi pada mahasiswa universitas islam malang pengguna aplikasi OVO)”.⁵⁷

Penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kemudahan Pengguna, Pengalaman dan kepercayaan konsumen terhadap minat penggunaan ulang *E-Money*. Sampel penelitian ini ditentukan dengan *Solvin* dari Mahasiswa Universitas Islam Malang dengan 100 sampel yang dihitung dengan eror 5% maka sampel ditentukan sebesar 95 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan Variabel Kemudahan

⁵⁷ Nadia, Siti Saroh, Danis, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman, dan Kepercayaan Ulang *E-Money* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Aplikasi OVO), *Jurnal ilmu administrasi niaga/bisnis*, Agustus 19, 2021
<http://jurnal.lptnajatim.or.id/index.php/record/view/15251>.

pengguna dan pengalaman tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan ulang *E-money* karena pengguna masih kesulitan dan berdasarkan pengalaman yang mereka peroleh dari transaksi sebelumnya tidak akan memengaruhi minat. variabel kepercayaan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap minat penggunaan ulang *E-Money* karena proses pembayaran yang aman membuat konsumen nyaman dalam bertransaksi, untuk itu OVO harus senantiasa menjaga kepercayaan konsumen agar konsumen terus tetap menggunakan ulang *E-Money*.

Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Kepercayaan konsumen. Sampel penelitian ini ditentukan dengan Solvin. Sedangkan penelitian saat ini pada variabel *independent* yaitu *Convenience*. Pengambilan sampelnya menggunakan rumus Cochran. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Kemudahan dan pengalaman juga pada variabel *dependent* yakni Minat penggunaan.

9. Penelitian yang dilakukan Febriani (2021) melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *Mobile Banking Cardless Withdrawal* (Tarik Tunai Tanpa Kartu) pada Mahasiswa Universitas Airlangga”.⁵⁸

⁵⁸ Shella Amellia Febriani, Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *Mobile Banking Cardless Withdrawal* (Tarik Tunai Tanpa Kartu) Pada Mahasiswa Universitas Airlangga. (Repository, Universitas Airlangga Surabaya 2021). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/110780>

Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor apa saja yang mempengaruhi pengetahuan, kemudahan dan faktor sosial terhadap keputusan penggunaan *cardless withdrawal* pada mahasiswa Universitas Airlangga. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menentukan responden yang memiliki *mobile banking* dan pernah atau belum pernah menggunakan fitur tarik tunai tanpa kartu dengan jumlah 100 Mahasiswa Universitas Airlangga. Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online (*google form*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan fitur *mobile banking* pada *cardless withdrawal* karena mahasiswa sudah paham bagaimana cara menggunakan layanan tersebut dengan mengikuti petunjuk yang ada pada *mobile banking*. Sedangkan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, dengan adanya *mobile banking* membuat mahasiswa pada Universitas Airlangga merasa lebih mudah dikarenakan tidak perlu membawa kartu ATM dan untuk menghindari terjadinya kehilangan kartu ATM.

Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Faktor Pengetahuan, Faktor Sosial dan dari variabel *dependent* yakni Keputusan Penggunaan. Sedangkan penelitian saat ini pada salah satu variabel *independent* yaitu *Convenience*, *Customer enjoyment*. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Kemudahan. dan penggunaan Fitur *Cardless*

Withdrawal

10. Penelitian yang dilakukan Kitti Phothikitti (2020) melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Tanpa Kartu di Kalangan Nasabah Sebagai Cara Untuk Bertransaksi”.⁵⁹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang menentukan minat penggunaan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) tanpa kartu di kalangan nasabah bank Thailand, sebagai cara baru untuk menarik transaksi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan *Structural Equation Model* (SEM) untuk menguji akurasi dan reliabilitas model serta memverifikasi pengaruh berbagai variabel. sampel penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* sebagai bagian dari metode *nonprobability sampling* dengan 400 responden nasabah Bank Thailand yang biasanya menarik uang tunai melalui Anjungan Tunai Mandiri (ATM) tetapi tidak pernah memiliki pengalaman dengan layanan ATM tanpa kartu. Teknik pengambilan sampel dengan menyebarkan kuesioner secara acak secara online melalui *Google, Facebook, Line dan E-mail* kepada responden yang memenuhi syarat untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan penggunaan memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan *cardless automatic teller machine* (ATM), karena memiliki

⁵⁹ Kitti Phothikitti, Factors Influencing Intentions To Use Cardless Automatic Teller Machine (ATM). *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 40-56. (2020). <https://ijeiba.com/journal/485/download/Factors+Influencing+Intentions+to+Use++Cardless+Automatic+Teller+Machine+%28ATM%29.pdf>

banyak keuntungan bagi nasabah pada bank Thailand dapat menggunakan layanan ini secara gratis dibandingkan dengan kartu ATM atau kartu debit yang harus membayar minimal 200 THB setahun, nasabah tidak perlu memegang kartu fisik saat berada di luar dan dapat mengurangi risiko kehilangan kartu. Tarik tunai tanpa kartu memudahkan nasabah menggunakan melalui *mobile banking* yang nyaman bagi mereka yang menggunakan aplikasi tersebut.

Perbedaan penelitian ini terletak pada teknik analisis dengan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan Structural Equation Model (SEM) untuk menguji akurasi dan reliabilitas model serta memverifikasi pengaruh berbagai variabel. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis survei dengan penyebaran kuesioner. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *dependent* yaitu Niat Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Tanpa Kartu. Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

11. Penelitian yang dilakukan oleh Ningrum (2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* di Bank Mega Syariah Cabang Palu”.⁶⁰

Penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap minat nasabah dalam

⁶⁰ Ningrum, R. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Mobile Banking* Di Bank Mega Syariah Cabang Palu . (Repository, IAIN Palu 2020). <http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1270/>.

menggunakan *mobile banking* di Bank Mega Syariah cabang Palu. Populasi penelitian ini adalah nasabah bank MEGA Syariah berjumlah 164 nasabah yang menggunakan *mobile banking* di Bank MEGA Syariah. Sampel ditentukan *probability sampling* dan memakai rumus *Slovin* dengan kesalahan 10% dan mendapatkan jumlah sampel 62 nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Nasabah masih kurang memahami atau tidak mengetahui dengan jelas kemudahan penggunaan *mobile banking* dalam melakukan transaksi, sehingga kemudahan penggunaan tidak dapat menentukan minat nasabah untuk menggunakan *mobile banking*, dan membuat variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh negatif terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* tersebut.

Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu Manfaat, Kepercayaan. Dan memakai rumus *Slovin* dengan kesalahan 10%. Sedangkan penelitian saat ini pada salah satu variabel *independent* yaitu *Convenience, Customer enjoyment*. Dan memakai rumus *chocran*. Persamaan kedua penelitian ini terletak pada salah satu variabel *independent* yaitu kemudahan dan variabel *dependent* yakni Minat nasabah.

Adapun hasil penelitian terdahulu dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. 1
Daftar Penelitian Terdahulu

No	Judul , peneliti dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Pengaruh Pengalaman Nasabah dalam Penggunaan Mbanking Terhadap Loyalitas Nasabah BSI. Tira, Ahmad, Tuti. 2024	Persamaan terletak pada variabel <i>independent</i> yaitu pengaruh pengalaman nasabah, dan metode penelitian menggunakan kuantitatif	Perbedaan ya terletak pada variabel <i>dependent</i> yakni loyalitas nasabah.
2	Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi pada Masyarakat Di Kota Cirebon) Pitaloka, Diah Ayu. 2023	Persamaan terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu kemudahan. dan variabel <i>dependent</i> yakni Minat menggunakan tarik tunai tanpa kartu.	Perbedaann ya pada salah satu variabel <i>independent</i> yakni efesiensi dan keamanan dan penelitian terdahulu menggunakan studi pada keseluruhan masyarakat.
3	Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking Tressya Primadewi, Agus Supriyadi. 2023	Persamaan terletak pada salah satu variabel <i>dependent</i> yaitu Minat penggunaan berulang	Perbedaan terletak pada variabel <i>independent</i> yaitu persepsi manfaat
4	Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BRI di Kota Jember (Studi Pada Nasabah BRI Generasi Y dan Generasi Z) Putri Adining Ayu. 2023	Persamaan terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu kemudahan. Dan studi pada generasi Z, dan variabel <i>dependent</i> yakni minat penggunaan	Perbedaan terletak pada variabel <i>independent</i> yaitu persepsi kegunaan dan studi pada Generasi Y.
5	Analisis Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu Atm Melalui Aplikasi BSI	Persamaan penelitian ini terletak pada	Perbedaan pada penelitian ini adalah menggunakan

No	Judul , peneliti dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Mobile Dikalangan Generasi Milenial Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam. Palupi, Trubus titik. 2023	transaksi tarik tunai tanpa kartu dan melalui aplikasi BSI mobile	pendekatan kualitatif, studi pada generasi milenial dan menggunakan Perspektif Ekonomi Islam.
6	Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan <i>Mobile Banking Action</i> Pt. Bank Aceh Syariah pada Masyarakat Kuta Blang. Isnayanti. 2022	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Kenyamanan dan menggunakan pendekatan kuantitatif.	Perbedaan penelitian ini adalah variabel <i>dependent</i> Yakni keputusan penggunaan, penelitian ini mengambil sampel menggunakan rumus <i>slovin</i> .
7	Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan Transaksi terhadap Minat Nasabah Milineal Bank Syariah dalam Menggunakan Layanan <i>Cardless Withdrawal</i> . Fajriastuti, N & Arman, A 2022	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Kemudahan dan variabel <i>dependent</i> Yakni Minat Menggunakan Layanan <i>Cardless Withdrawal</i>	Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Pengetahuan, Keamanan dan studi pada nasabah milenial
8	Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman dan Kepercayaan Konsumen terhadap Minat penggunaan Ulang E-Money. Nadia, Siti Saroh, Daris 2021.	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Kemudahan dan pengalaman juga pada variabel <i>dependent</i> yakni Minat penggunaan	Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Kepercayaan. Sampel penelitian ini ditentukan dengan Solvin
9	Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur <i>Mobile Banking Cardless Withdrawal</i> (Tarik Tunai Tanpa Kartu)	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Kemudahan. dan penggunaan Fitur <i>Cardless</i>	Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Faktor Pengetahuan, Faktor Sosial Dan dari variabel <i>dependent</i> yakni

No	Judul , peneliti dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
	Pada Mahasiswa Universitas Airlangga. Febriani. 2021	<i>Withdrawal.</i>	Keputusan Penggunaan.
10	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Tanpa Kartu di Kalangan Nasabah Sebagai Cara Untuk Bertransaksi. Kitti Phothikitti. 2020	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>dependent</i> yaitu Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri (ATM) Tanpa Kartu. Penelitian terdahulu ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Perbedaan penelitian ini terletak pada teknik analisis dengan analisis faktor konfirmatori (CFA) dan Structural Equation Model (SEM) untuk menguji akurasi dan reliabilitas model serta memverifikasi pengaruh berbagai variabel.
11	Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> di Bank Mega Syariah Cabang Palu . Ningrum. 2020	Persamaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu kemudahan dan variabel <i>dependent</i> yakni Minat nasabah.	Perbedaan penelitian ini terletak pada salah satu variabel <i>independent</i> yaitu Manfaat, Kepercayaan. Dan memakai rumus Skenyalovin dengan kesalahan 10%

Sumber : Data diolah 2024

Penelitian ini terdapat perbedaan dari 11 penelitian terdahulu karena secara khusus menyoroti pengaruh *convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use* terhadap minat penggunaan berulang fitur *cardless withdrawal* pada BSI *mobile banking* pada generasi Z, sedangkan penelitian sebelumnya umumnya masih membahas penggunaan *mobile banking* secara umum, atau fokus pada faktor lain seperti keamanan, efisiensi, persepsi manfaat, pengetahuan, dan kepercayaan. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya belum memasukkan aspek emosional seperti *customer enjoyment*, yang dalam

penelitian ini terbukti relevan bagi generasi Z yang sangat responsif terhadap pengalaman digital.

B. Kajian Teori

Kajian teori adalah kumpulan konsep atau definisi mengenai variabel yang dapat dikaji dan dikembangkan oleh peneliti. Artinya, kajian teori mencakup dasar teori yang akan dibahas penulis serta bahan analisis untuk masalah yang diteliti⁶¹. Kajian teori ini membahas konsep-konsep terkait faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan berulang layanan tarik tunai tanpa kartu (*cardless withdrawal*) melalui BSI *mobile banking* pada nasabah Generasi Z di Jember. Faktor utama yang di analisis meliputi *convenience*, *customer enjoyment*, *ease of use*, yang dihipotesiskan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang layanan tersebut.

1. *Technology Acceptance Model* (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model yang umum di gunakan untuk menjelaskan penerimaan pengguna terhadap penggunaan sistem teknologi informasi. TAM yang merupakan adaptasi TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang ditemukan oleh Davis pada tahun 1989. Model pendekatan TAM dapat mengetahui dan mempelajari sikap pengguna ketika berinteraksi dengan suatu teknologi informasi. TAM menggambarkan variabel-variabel yang mempengaruhi niat, keinginan, dan sikap pengguna terhadap suatu teknologi informasi⁶². TAM memiliki

⁶¹ Ence Surahman, Andri Satrio, Herminarto Sofyan, Kajian Teori Dalam Penelitian”, (JKTP Vol 3 No (1) Februari 2020: 49-58, *Jurnal kajian teknologi pendidikan* : <http://journal2.um.ac.id/index.php/jktp/index>.

⁶² Fred D.Davis, Richard P.Bagozzi. dan Paul Warshaw, User Acceptance of Computer

beberapa variabel yang mempengaruhinya diantaranya adalah persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*), sikap pengguna terhadap penerimaan teknologi (*Acceptance of IT*). Persepsi seseorang pada suatu hal akan menentukan bagaimana orang tersebut berperilaku dan bersikap. Hal ini diterapkan dalam persepsi pengguna terhadap teknologi informasi, sehingga persepsi akan mempengaruhi bagaimana penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi informasi. Teknik analisis TAM menggunakan teknik analisis deskriptif. TAM dibutuhkan karena memungkinkan organisasi untuk memahami alasan mengapa teknologi dapat diterima atau ditolak oleh pengguna.⁶³

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih baik dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna. TAM dapat digunakan dalam berbagai konteks pengembangan perangkat lunak. Dalam siklus pengembangan perangkat lunak, TAM dapat membantu dalam beberapa tahap, antara lain⁶⁴:

- a. Tahap analisis kebutuhan: Dalam tahap ini, organisasi dapat menggunakan TAM untuk memahami kebutuhan pengguna terhadap teknologi yang akan dikembangkan. Dengan memahami kebutuhan pengguna, organisasi dapat merancang teknologi yang

Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User". *Management Science*, 35(8). (1989). <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>

⁶³ Agus, Sumarsono, Thaqibul, Annisa, Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink" *Jurnal* Vol. 23, No 1, 27-38, Mei 2020 <https://www.researchgate.net/publication/346325391>.

⁶⁴ Soetam Rizky Wicaksono, "Teori Dasar Technology Acceptance Model" Desember 2022, *Dasar_Technology_Acceptance_Model*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

- b. Tahap perancangan: Dalam tahap perancangan, organisasi dapat menggunakan TAM untuk merancang teknologi yang lebih mudah digunakan dan lebih bermanfaat bagi pengguna. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor pada TAM seperti *perceived ease of use* (persepsi kemudahan penggunaan) dan *perceived usefulness* (persepsi kegunaan), organisasi dapat merancang sistem pengguna yang lebih mudah di mengerti dan fitur-fitur yang lebih berguna bagi pengguna.
- c. Tahap pengujian: Dalam tahap pengujian, organisasi dapat menggunakan TAM untuk mengukur penerimaan teknologi oleh pengguna. Dengan mengukur variabel-variabel pada TAM seperti niat pengguna dan perilaku pengguna, organisasi dapat memastikan bahwa teknologi yang dikembangkan dapat diterima dengan baik oleh pengguna dan dapat digunakan dengan efektif.
- d. Tahap peluncuran dan penggunaan: Dalam tahap peluncuran dan penggunaan, organisasi dapat menggunakan TAM untuk memantau penerimaan teknologi oleh pengguna. Dengan memonitor variabel-variabel pada TAM, organisasi dapat memperbaiki teknologi yang dikembangkan dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut terus dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

Dalam keseluruhan, TAM dibutuhkan dalam siklus pengembangan perangkat lunak karena dapat membantu organisasi dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna. Dengan memahami faktor-faktor tersebut, organisasi dapat merancang teknologi yang lebih baik dan dapat memastikan bahwa teknologi tersebut dapat diterima dengan baik oleh pengguna.

2. Convenience

Menurut Berry *convenience* adalah persepsi pelanggan terhadap kemudahan dalam mengakses layanan, termasuk kecepatan dan fleksibilitas dalam mendapatkan produk atau jasa.⁶⁵ Menurut Zeithaml *convenience* adalah tingkat kenyamanan yang merupakan faktor penting dalam adopsi teknologi.⁶⁶ Berdasarkan definisi yang didapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa kenyamanan dapat diartikan sebagai seberapa nyaman pengguna merasakan proses, fasilitas, dan aksesibilitas suatu layanan, sehingga memudahkan pengguna dalam menjalankan transaksi finansial sehari-hari. kenyamanan dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan digital. Hal ini didukung oleh temuan Isnayanti, yang menyatakan Kenyamanan nasabah pengaruh langsung terhadap minat pengguna dalam minat perbankan digital.

⁶⁵ Berry, L. L., Seiders, K., & Grewal, D. *Understanding service convenience*. 66(3), 2002. 1–17.

⁶⁶ Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Malhotra, A. A conceptual framework for understanding e-service quality: Implications for future research and managerial practice. Marketing Science Institute, 2000.

Beberapa indikator penting dalam meningkatkan *convenience* adalah:

- a. Aksesibilitas: adalah sejauh mana fitur atau layanan (misalnya, penarikan tanpa kartu pada BSI *Mobile Banking*) mudah diakses dan digunakan oleh pengguna, tanpa hambatan fisik, teknis, atau keterampilan. Jika fitur ini mudah dioperasikan, maka pengguna akan lebih cenderung untuk menggunakannya.
- b. Koneksi internet: adalah kualitas dan kecepatan akses jaringan internet yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dan menggunakan layanan berbasis online (seperti aplikasi BSI *Mobile Banking*) secara lancar dan tanpa gangguan. Koneksi yang baik memastikan pengalaman pengguna yang memuaskan.
- c. Fleksibilitas waktu: adalah sejauh mana pengguna dapat menggunakan layanan atau fitur (seperti *cardless withdrawal* pada BSI *Mobile Banking*) kapan saja sesuai dengan keinginan atau kebutuhan mereka. Misalnya, pengguna bisa melakukan penarikan tanpa kartu di BSI *Mobile Banking* kapan pun mereka butuhkan, tanpa terikat pada jam operasional bank⁶⁷.

3. *Customer Enjoyment*

Menurut Ni Wayan Masri, *Customer enjoyment* dapat didefinisikan sebagai tingkat aliran internal yang dialami pelanggan saat mencari informasi dan nilai belanja yang dirasakan.⁶⁸ Menurut Sweeney dan Soutar, customer

⁶⁷ Isnayanti, Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang”. (Skripsi UIN Arraniry, juli 6, 2022) <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/21742>.

⁶⁸ Ni Wayan Masri, Athapol Ruangnanjaneses, Nilai moneter produk, biaya evaluasi

enjoyment adalah perasaan senang, puas, dan nyaman yang dialami pengguna saat mereka menggunakan layanan digital, yang berkontribusi terhadap loyalitas dan niat menggunakan kembali⁶⁹ Juga tingkat kenyamanan pelanggan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan perusahaan karena dapat meningkatkan retensi pelanggan, memberikan referensi positif, dan membuat pelanggan tetap loyal. Hal ini didukung oleh penelitian Tira, Ahmad, Tuti menyatakan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap terhadap loyalitas nasabah BSI dalam penggunaan *mbanking*.

Beberapa indikator penting dalam meningkatkan *customer enjoyment* meliputi:

- a) Pengalaman Pengguna: adalah Tingkat kenyamanan, kepuasan, dan kemudahan yang dirasakan oleh pengguna saat berinteraksi dengan sebuah produk, sistem, atau layanan digital.
- b) Dalam interaksi sosial: yakni Tingkat keterlibatan dan komunikasi yang terjadi antara pengguna dalam suatu platform, aplikasi, atau layanan yang memungkinkan komunikasi dan kolaborasi antar individu.
- c) Kepuasan jangka panjang: Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan produk/layanan dalam jangka waktu yang lama, mencakup keberlanjutan penggunaan dan loyalitas terhadap

produk, dan kenikmatan pelanggan menggunakan kembali vendor: mekanisme berbasis kepercayaan, 2021, 13(1), 172

⁶⁹ Sweeney dan Soutar, Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *of Retailing*, 2020, 77(2), 203–220.

produk⁷⁰.

4. *Ease Of Use*

Menurut Kristin klinger mendefinisikan *ease of use* adalah suatu citra sebagai tingkat di mana adopsi suatu inovasi dianggap meningkatkan citra atau status seseorang dalam sistem sosialnya.⁷¹ Menurut Ratna Asri, *Ease of use* definisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya⁷². Berdasarkan definisi yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa *ease of use* merupakan faktor kunci dalam adopsi teknologi baru. Jika suatu aplikasi dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung menggunakan aplikasi tersebut secara teratur. *Ease of use* atau kemudahandapat mempengaruhi variabel minat seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Fajriastuti menunjukkan kemudahan bertransaksi berpengaruh terhadap minat nasabah milenial Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan layanan *cardless withdrawal*.⁷³ Penelitian yang dilakukan Pitaloka menunjukkan variabel kemudahan berpengaruh terhadap minat

⁷⁰Tira Syahira, Ahmad Perdana, Tuti Anggraini, Pengaruh Pengalaman Nasabah Dalam Penggunaan Mbanking Terhadap Loyalitas Nasabah BSI” *Jurnal ilmiah ekonomi islam* 10(01),2024, 1216-1220 <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/13347/5357>.

⁷¹ Kristin klinger, Jamie Snavaley, Handbook of Research on mobile marketing management, 2021- 135.

⁷² Ratna Asri Saras Sati dan M. Ramaditya, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Menggunakan Metland Card),” *Repository.Stei.Ac.Id*, 30 September 2022, [http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna Asri Saras Sati 21177500443](http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna%20Asri%20Saras%20Sati21177500443) [ArtikelIndonesia.pdf](http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna%20Asri%20Saras%20Sati21177500443)

⁷³ Nada Fajriastuti, Ady Arman, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan Cardless Withdrawal”. *In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

nasabah dalam menggunakan layanan tarik tunai tanpa kartu pada Bank Syariah Indonesia⁷⁴. Kemudian penelitian Shella menunjukkan bahwa variabel kemudahan juga berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan fitur *mobile banking cardless withdrawal*.

Beberapa indikator penting dalam meningkatkan *ease of use* adalah:

- a) Ramah pengguna: adalah Tingkat kemudahan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan dan memahami suatu produk. Sistem yang ramah pengguna yang merupakan memiliki desain dan fungsionalitas yang mudah di mengerti, memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan tanpa frustrasi atau butuh bantuan eksternal.
- b) *user experience*: yang merupakan pengalaman pengguna dimana termasuk tingkat keseluruhan kepuasan dan kenyamanan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan suatu produk, layanan, atau sistem. Mencakup semua aspek interaksi pengguna, mulai dari kemudahan, efisiensi, hingga kesenangan dalam menggunakan produk.
- c) *Clear and understandable*: yakni suatu fitur harus di design dengan menggunakan kalimat yang jelas dan tidak menimbulkan tanda tanya pada pengguna sehingga menggunakannya dapat di mengerti dengan cepat⁷⁵.

⁷⁴ Diah Ayu Pitaloka, Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon)". (Skripsi, UIN Raden Mas Said, 2023). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>.

⁷⁵ Shella Amelia Febriani, Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur *Mobile Banking Cardless Withdrawal* (Tarik Tunai Tanpa Kartu) Pada Mahasiswa Universitas Airlangga" (Skripsi Airlangga 2021)

5. Minat Penggunaan Berulang

Menurut Assa Saputri, Minat merupakan suatu keinginan yang dimiliki seseorang sebagai pelanggan untuk menggunakan produk atau jasa dari dampak eksternal maupun internal.⁷⁶ Menurut Tressya Primadewi, minat adalah kecenderungan tingkah laku umum seseorang untuk tertarik kepada sekelompok hal tertentu. Definisi lain yakni minat sebagai Minat beli ulang merupakan suatu tindakan yang diambil oleh konsumen untuk memutuskan apakah mereka ingin membeli kembali produk tersebut atau tidak.⁷⁷ Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian minat adalah suatu perasaan ketertarikan, rasa suka dan rasa keterikatan terhadap suatu hal atau aktivitas, kegiatan dengan penuh kemauan. Dalam dunia perbankan minat nasabah merupakan suatu hal yang sangat di perhatikan karena itu menjadi tolak ukur perkembangan suatu perusahaan bank konvensional maupun bank syariah di Indonesia. Pada penelitian yang dilakukan oleh Diah Ayu menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi minat yakni faktor budaya, faktor sosial, peran dan status, faktor kepribadian, dll. Minat penggunaan berulang cardless withdrawal menjadi tolak ukur suatu tingkat adopsi teknologi baru dalam sektor perbankan, menunjukkan seberapa besar kebutuhan nasabah akan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi keuangan⁷⁸.

⁷⁶ Assa Saputri, Rahmat Faizal Kurniawan, Tren Minat pembelian Online, 2024 – hlm 5

⁷⁷ Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking, *Prosiding seminar nasional akuntansi dan manajemen* -202, <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/738>.

⁷⁸ Diah Ayu Pitaloka, Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada

Beberapa indikator minat menurut penelitian Putri, Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, terdiri dari tiga indikator Minat penggunaan berulang *cardless withdrawal*. yakni:

- a. Niat untuk menggunakan jangka panjang: indikator ini mencerminkan komitmen nasabah untuk terus memanfaatkan layanan *cardless withdrawal* dalam jangka waktu yang panjang. Niat ini penting karena menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mencoba layanan ini sekali, tetapi juga memiliki keyakinan dan kepuasan yang mendorong mereka untuk memanfaatkan fitur ini secara berkelanjutan.
- b. Ketertarikan pada objek minat: Ketertarikan ini merujuk pada minat yang dimiliki nasabah terhadap fitur *cardless withdrawal* itu sendiri. Hal ini dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kemudahan akses, inovasi teknologi, dan efek positif yang dirasakan dalam melakukan transaksi. Semakin besar ketertarikan, semakin tinggi pula kemungkinan nasabah untuk menggunakan berulang fitur ini.⁷⁹
- c. Perasaan senang: Mewakili kepuasan dan kebahagiaan pengguna selama transaksi penggunaan *cardless withdrawal*. Ketika nasabah merasakan manfaat langsung seperti penghematan waktu dan kemudahan bertransaksi, perasaan gembira pun timbul. Jika pengguna puas, kemungkinan besar mereka akan merekomendasikan dan terus

Masyarakat Di Kota Cirebon). (Skripsi, UIN RadenMasSaid, 2023).<http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>.

⁷⁹ Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang Mobile Banking, (*Prosiding seminar nasional akuntansi dan manajemen* -2023) <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/738>.

menggunakan layanan *cardless withdrawal*⁸⁰.

6. *Mobile Banking*

Menurut Uly Handayani, *Mobile banking* adalah sebuah fasilitas perbankan yang memanfaatkan komunikasi bergerak, seperti *smartphone* untuk menyediakan layanan yang hampir serupa dengan ATM, kecuali dalam hal penerikan uang tunai. Dengan demikian, *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan tanpa perlu mengunjungi mesin ATM fisik.⁸¹ Tidak hanya perbankan konvensional yang memiliki *mobile banking* tetapi perbankan syariah juga memiliki *mobile banking*, kehadiran *mobile banking* sebagai salah satu inovasi terbaru telah mengubah desain layanan perbankan secara signifikan. Sebelumnya, nasabah harus datang langsung ke kantor cabang untuk melakukan transaksi tertentu. Kini, hampir semua jenis transaksi dapat dilakukan secara digital. *Mobile banking* memiliki fitur – fitur yang dapat mempermudah nasabah dalam bertransaksi, seperti fitur layanan informasi (informasi saldo, informasi mutasi rekening, informasi suku bunga serta lokasi bank terdekat), transfer, pembayaran (listrik, air, telepon, internet, dan lain-lain), dan fitur pembelian.⁸²

⁸⁰ Ratna Asri Saras Sati dan M. Ramaditya, Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, dan Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan *E-Money* (Studi Kasus pada Konsumen yang Menggunakan *Metland Card*),” repository.stei.ac.id, 30 September 2022, http://repository.stei.ac.id/1990/1/Ratna%20Asri%20Saras%20Sati%2021177500443_ArtikelIndonesia.pdf.

⁸¹ Uly Handayani Murkha, jasman J. Makruf, *Mobile Banking Dalam Persepsi Privasi Nasabah*, 2024, hlm 36

⁸² Taslima Khanam, Prospects And Challenges Of Mobile Banking In Bangladesh: A Case Study” *World Journal of Advanced Research and Reviews* 24:1247-1263, October 2024 <http://dx.doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.1.3045>

7. *Cardless Withdrawal* (Penarikan Tunai Tanpa Kartu)

Menurut Dewi Sartika, *Cardless withdrawal* yakni nasabah dapat melakukan transaksi tanpa kartu sehingga dapat menghemat waktu.⁸³ Ini merupakan layanan teknologi baru yang memberikan kemudahan tertinggi, nasabah menggunakan teknologi *smartphone* yang dapat di tarik tunai dari akun *mobile banking*. Pada layanan ini menarik uang tunai dari rekening tanpa perlu menggunakan kartu fisik di mesin ATM. Dengan menggunakan aplikasi perbankan seluler atau platform digital lainnya hanya dibutuhkan PIN untuk penarikan uang tersebut. Aplikasi perbankan seluler semakin banyak digunakan, dan kemungkinan untuk berkembang masih terbuka. Solusi penarikan tanpa kartu yang terintegrasi dalam aplikasi perbankan seluler ponsel pintar yang sudah dikembangkan mungkin akan memberikan keunggulan dalam persaingan dengan pesaing lainnya. Dengan menggunakan teknologi SMS untuk mengirim uang kepada orang lain, daya tarik aplikasi semacam itu akan meningkat pesat dan akan menarik semakin banyak nasabah. Sangat penting untuk mempertahankan pendukung pembayaran seluler sebagai nasabah dan bukan penyedia lain.⁸⁴

Lembaga keuangan melihat layanan tarik tunai tanpa kartu sebagai peluang untuk meningkatkan pengalaman nasabah, yang berpotensi membuat akses dana menjadi lebih nyaman dan modern. Layanan ini memungkinkan

⁸³ Dewi Sartika Nasution, Muhammad Muhajir, Lalu Ahmad, R., *Ekonomi digital*. Desember 2020. Hal 51.

⁸⁴ Nada Fajriastuti, Ady Arman, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*". In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.

konsumen menarik uang tunai lebih cepat dan efisien, sehingga mengurangi risiko kehilangan uang atau kartu ATM. Penarikan tanpa kartu juga memiliki manfaat penghematan biaya, karena layanan ini tidak membebankan biaya transaksi kepada pelanggan. Selain itu, layanan ini tidak menyimpan data nominal apapun yang dimasukkan di ATM, juga tidak menyimpan data pelanggan di perangkat seluler atau menggunakan data keuangan sensitif lainnya untuk bertransaksi. Penarikan uang tanpa kartu memberikan privasi dan kenyamanan lebih bagi pelanggan, karena teknologi bekerja dari jarak jauh dan tidak ada kemungkinan pencurian atau pencurian kartu fisik⁸⁵.



⁸⁵ Calin Mihai Istrate, "Cardless Withdrawal System for Mobile Banking Applications" *Sematicsholar, Jurnal Sistem seluler*, Tertanam dan Terdistribusi, Agustus 2019.
<https://www.semanticscholar.org/paper/3b26e58099b24ef5c0e3bdc989f0716068c2d132>

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan mengumpulkan data, disusun, dengan menggunakan angka- angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik sehingga memberikan kesimpulan yang jelas dan objektif yaitu dengan mendeskripsikan karakteristik atau status secara sistematis faktual dan akurat⁸⁶. Dalam penelitian ini akan melihat pengaruh atau hubungan dari variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) dimana variabel bebasnya yaitu *Convenience, Customer enjoyment, Ease of use*. Sedangkan variabel terikatnya yaitu minat penggunaan berulang *cardless withdrawal BSI mobile banking*.

Jenis penelitian yang dipilih adalah dengan jenis pendekatan asosiatif. Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif adalah alat untuk meneliti pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat membangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala yang membuat penelitian asosiatif mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif⁸⁷.

⁸⁶ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta. 2017:39

⁸⁷ Abi Fadlan, "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi pada Mahasiswa Pengguna Mobile banking Universitas Brawijaya)" (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2018), 39.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah BSI Kabupaten Jember yang termasuk dalam kelompok generasi Z.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi⁸⁸. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Non Probability Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dimana anggota dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama pada mereka yang dipilih sebagai subjek sampel. Sampel *Non Probability Sampling* yang digunakan yaitu jenis *purposive sampling*, menurut Sekaran dan Bougie yaitu pengambilan data dari kelompok sasaran tertentu. Pengambilan sampel di sini terbatas pada tipe orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau mereka sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti⁸⁹.

⁸⁸ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta. 2017:39

⁸⁹ Sekaran, Uma & Bougie, Roger. "Metode Penelitian untuk Bisnis I: Pendekatan Pengembangan-Keahlian" 6th Edition. 2019 Jakarta: Salemba Empat. <https://onsearch.id/Author/Home?author=Uma+Sekaran%2C+Roger+Bougie>

Kriteria yang diperlukan dalam pemilihan sampel adalah Nasabah generasi Z yang pernah menggunakan fitur *cardless withdrawal* BSI lebih dari 1 kali.

Dalam menentukan besarnya sampel, penulis menggunakan rumus Cochran. Rumus Cochran ini di gunakan apabila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti⁹⁰.

Adapun rumus Cochran adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n :Jumlah Sampel yang di perlukan

z : Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5% dengan nilai 1,96

p : Peluang benar 50% = 0,5

q : Peluang salah 50% = 0,5

e : Sampling Error = 10%

Menurut rumus diatas, maka dapat dihitung jumlah sampel akan digunakan adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Dengan menggunakna rumus *Cochran* di atas, maka jumlah sampel yang diambil sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 Nasabah.

⁹⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: Alfabeta. 2016: 72

C. Teknik dan Instrument Pengumpulan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam bentuk kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya⁹¹. Jenis kuesioner penelitian ini adalah kuesioner tertutup, dimana responden hanya tinggal memilih alternatif jawabanyang diberikanoleh peneliti, penggunaan kuesioner tertutup juga memudahkan dalam menganalisis data kuesioner yang terkumpul. Kuesioner dalam penelitianini dibagikan kepada responden secara online dalam bentuk fitur *google form*. Kemudian responden diminta untuk memberikan jawaban atau penilaian dari pernyataan yang telah di berikan oleh peneliti.

2. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen data merupakan cara pemberian skor atau kode dalam setiap pertanyaan atau pernyataan yang di ajukan⁹². Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang diberikan pada nasabah generasi Z di Jember. kuesioner merupakan teknik pengumpulandata yang dilakukan dengan cara memberi pernyataan tertulis kepada nasabah untuk

⁹¹ Sugiyono “Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”. Bandung: Alfabeta. 2019:137

⁹² Babun Suharto dkk, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember (Jember: IAIN Jember, 2019), 82

dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang dapat membantu responden dapat menjawab pernyataan dengan cepat. Kuesioner tertutup juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data terhadap seluruh kuesioner yang telah terkumpul karena data yang diperoleh akan lebih terfokus.

Pada penelitian ini menggunakan skala likert sebagai penentuan nilai dari pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan.⁹³

Berikut merupakan pemberian skor dengan skala likert dalam penelitian ini:

- | | |
|------------------------------|-----|
| 1. Sangat Setuju (SS) | = 5 |
| 2. Setuju (S) | = 4 |
| 3. Cukup setuju (CS) | = 3 |
| 4. Tidak setuju (TS) | = 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

⁹³ Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta (2022:93))

D. Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang dilakukan dalam penelitian untuk menyajikan data dan pengorganisasian data. Dalam penelitian ini peneliti melakukan analisis data dengan cara survei yaitu teknik pengumpulan data dari subyek yang diteliti (responden) dengan penyebaran kuesioner.⁹⁴ Pengolahan data dengan diuji menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*). Berikut ini merupakan cara yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini:

1. Uji Asumsi Klasik

Model linier berganda dikatakan baik apabila model tersebut memenuhi asumsi klasik yang meliputi:

a) Uji Normalitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah model dalam regresi, variabel independent dan variabel dependent telah tersalurkan dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan alat uji Kolmogorov-Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan.

(1). Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov $Sign > 0,05$ maka data berdistribusi normal

(2). Angka signifikansi Uji Kolmogorov-Smirnov $Sign < 0,05$ maka data berdistribusi tidak normal⁹⁵.

⁹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta (2022:142)

⁹⁵ I Gusti Agung Sri Andini dan Ni Ketut Seminari, *Pengaruh Retail Service Terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan*, *E-jurnal Manajemen Unud* Vol.6,

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas digunakan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Untuk menemukan ada tidaknya multikolineritas yaitu dengan cara melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka model regresi tersebut dapat diindikasikan adanya multikolineritas antara variabel bebas. Begitupun sebaliknya, jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi tersebut tidak terjadi multikolineritas antara variabel bebas.⁹⁶

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ketidaksamaan *variance* dari perbedaan satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Adapun cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji Glejser.

(1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

(2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹⁷

No.12 (2017): 6651-6677.

⁹⁶ Ahmad Saturi, "Pengaruh Reward, Motivasi Kerja dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember" (Skripsi, UIN KHAS JEMBER, 2022): 89.

⁹⁷ I Gusti Agung Sri Andini dan Ni Ketut Seminari, Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan, *E-jurnal Manajemen Unud* Vol.6, No.12

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*). Analisis ini dilakukan untuk mengukur apakah antara dua variabel atau lebih memiliki kekuatan, serta juga untuk menunjukkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*. berikut adalah formula dari regresi linier berganda:

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

Keterangan:

Y = minat penggunaan berulang *Cardless withdrawal* BSI
Mobile banking

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel
independent

X_1 = *convenience*

X_2 = *customer enjoyment*

X_3 = *ease of use*

e = Variabel error⁹⁸

(2017): 6651-6677.

⁹⁸ Adi Riski Juanda, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020): 58.

3. Uji Hipotesis

(a) Uji T (Uji Parsial)

Uji parsial merupakan pengujian pada variabel bebas terhadap variabel terikat yang berguna untuk mengetahui pengaruh diantara variabel tersebut.⁹⁹ Perbandingan antara nilai t hitung pada setiap variabel bebas dengan t table dapat dilakukan untuk menguji secara parsial dengan derajat kesalahan sebesar 0,05 (5%). Dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai t hitung $\geq$ nilai t tabel maka dapat diartikan bahwa variabel bebas (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) sehingga hipotesis dapat diterima.
- 2) Jika nilai t hitung $\leq$ nilai t tabel maka dapat diartikan bahwa variabel bebas (X) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) sehingga hipotesis ditolak.¹⁰⁰

(b). Uji F (Uji Simultan)

Uji F (simultan) berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat.¹⁰¹ Perbandingan antara nilai F hitung dengan F table dapat dilakukan untuk menguji secara simultan, derajat kesalahannya sebesar 0,05 (5%). Adapun ketentuannya sebagai berikut:

⁹⁹ Basuki dan Prawoto, 52.

¹⁰⁰ Ahmad Saturi, Pengaruh *Reward*, Motivasi Kerja, dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK. Kantor Cabang Jember” (Skripsi, UIN KHAS Jember 2022): 51

¹⁰¹ Basuki dan Prawoto, 51.

- 1) Jika nilai F hitung $\geq$ nilai F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel bebas (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) sehingga hipotesis dapat diterima.
 - 2) Jika nilai F hitung $\leq$ nilai F tabel maka dapat diartikan bahwa variabel bebas (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Y) sehingga hipotesis ditolak.¹⁰²
- c) Koefisien Determinasi (R^2)

Merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur ketepatan suatu model regresi dalam menjelaskan variabel dependent. Jika hasil nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1 maka variabel *independent* semakin kuat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan terhadap variasi variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi terletak diantara 0 dan 1 atau $0 \leq R^2 \leq 1$. Artinya semakin baik garis suatu regresi dapat dilihat dari nilai yang mendekati angka 1, hal ini dikarenakan data yang dijelaskan secara aktual. Namun ketika nilai R^2 rendah maka garis regresinya masih kurang baik.¹⁰³

¹⁰² Rizki Amalia Imelda, *Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember* (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2021): 24.

¹⁰³ Basuki dan Pranoto, 17.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT Bank Syariah Indonesia (BSI) adalah bank syariah terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 2021 melalui penggabungan (merger) tiga bank syariah, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. BSI bergerak di bidang perbankan syariah, menawarkan berbagai produk dan layanan keuangan berbasis prinsip-prinsip syariah Islam. Produk dan layanan yang ditawarkan meliputi pembiayaan, tabungan, deposito, asuransi syariah, dan layanan transaksi perbankan lainnya. BSI memiliki jaringan kantor yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan lebih dari 1.200 kantor cabang, kantor cabang pembantu, dan unit layanan syariah. Selain itu, BSI juga memiliki jaringan ATM dan layanan digital yang luas untuk memudahkan akses bagi nasabah. BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan BSI juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).¹⁰⁴

¹⁰⁴ Bank Syariah Indonesia, Sejarah Perseroan, https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

2. Sejarah PT. BSI

PT BSI (Bank Syariah Indonesia Tbk) . Industri perbankan di Indonesia mencatat sejarah baru dengan hadirnya PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) yang secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan Bank Syariah terbesar di Indonesia tersebut di Istana Negara. BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRIsyariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%. Potensi BSI untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industri halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang.¹⁰⁵

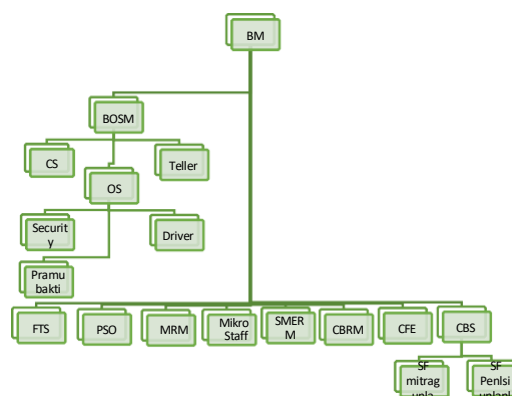
¹⁰⁵ Bank Syariah Indonesia, Sejarah Perseroan, diakses April 2025,

3. Visi dan Misi BSI

- a. Visi : Top 10 Global Islamic Bank
- b. Misi :
 - a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
 - b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
 - c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

4. Struktur organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BSI Jember



Sumber : Data diolah 2025

https://ir.bankbsi.co.id/corporate_history.html.

B. Penyajian Data

1. Karakteristik responden

Pada bagian ini akan dideskripsikan dari data masing-masing responden mengenai jenis kelamin, Usia 17 - 25 dengan menggunakan rumus Cochran di temukan hasil 96 sampel dari populasi penggunaan *cardless withdrawal* BSI *Mobile Banking* di Kabupaten Jember. Akan tetapi peneliti membulatkan responden menjadi 100 responden.

a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Respondennya yang telah di ambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada uraian tabel dibawah ini :

Tabel 4.1
Deskripsi Profil Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	36	36%
2	perempuan	64	64%
Total		100	100%

Sumber : data diperoleh dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel 4.1 terlihat bahwa dari 100 responden di antaranya terdiri dari 36 responden berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sejumlah 64 Responden yang telah diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Profil Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	17-19 Tahun	9	9%
2.	20-22 Tahun	69	69%
3.	23-25 Tahun	22	22%
Total		100	100%

Sumber : data diperoleh dari hasil kuesioner

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwasannya dari 100 respondendiantaranya terdiri dari 9 respondenberusia 17-19 tahun, 69 responden berusia 20-22 tahun, dan 22 responden berusia 23-25 tahun.

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

1. Deskripsi Hail Penelitian

Hasil pernyataan responden pada setiap kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel akan di deskripsikan untuk penilaian para responden terhadap keseluruhan yaitu *convenience*, *Customer Enjoyment*, *Ease of use* Terhadap Minat penggunaan berulang.

Berikut ini hasil analisis deskripsi variabel *Convenience*, *Customer Enjoyment*, *Ease of use* Terhadap Minat penggunaan berulang.

a. Hasil analisis deskripsi variabel *Convenience*

Tabel 4.3
Hasil Pernyataan Responden Tentang Variabel *Convenience*

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Saya merasa fitur <i>Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking</i> mudah diakses kapan saja dan di mana saja.	52	52,0%	33	33,0%	14	14,0%	1	1,0%	0	0%
<i>Cardless Withdrawal</i> menghemat waktu dibandingkan dengan metode penarikan tunai lainnya.	43	43,0%	44	44,0%	12	12,0%	1	1,0%	0	0%
Saya tidak perlu membawa kartu ATM untuk menarik uang, sehingga lebih	48	48,0%	47	47,0%	5	5,0%	0	0,0%	0	0%

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
praktis.										
Proses penarikan uang menggunakan fitur ini lebih cepat dan efisien	44	44,0%	49	49,0%	7	7,0%	0	0,0%	0	0%
Proses penarikan uang menggunakan fitur ini lebih cepat dan efisien	42	42,0%	47	47,0%	10	10,0%	1	1,0%	0	0%

Sumber : Data penelitian yang diolah (2025)

Dari table diatas, dapat dijelaskan bahwa responden memberikan penilaian sangat tinggi terhadap fitur *Cardless Withdrawal* pada indikator *Convenience* karena fitur ini dianggap memberikan rasa nyaman pada proses penarikan tunai tanpa perlu membawa kartu fisik, sehingga memberikan kenyamanan dan efisiensi bagi pengguna.

b. Hasil analisis deskripsi variabel *Customer Enjoyment*

Tabel 4.4
Hasil Pernyataan Responden Tentang
Variabel *Customer Enjoyment*

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan fitur <i>Cardless Withdrawal</i>	42	42,0%	47	47,0%	11	11,0%	0	0%	0	0%
Menggunakan fitur ini memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya	39	39,0%	46	46,0%	15	15,0%	0	0%	0	0%
Saya merasa lebih aman karena tidak perlu membawa kartu fisik.	42	42,0%	49	49,0%	9	9,0%	0	0%	0	0%
Saya menikmati kemudahan transaksi tanpa harus ke bank atau	49	49	44	44,0%	6	6,0%	1	1,0%	0	0%

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
membawa kartu										
Saya merasa puas dengan penggunaan cardless withdrawal dan ingin terus menggunakannya dalam waktu yang lama.	28	28	38	38,0%	33	33,0%	1	1,0%	0	0%

Sumber : Data penelitian yang diolah (2025)

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa responden rata rata memberikan penilaian sangat baik terhadap indikator *customer enjoyment* yang menunjukkan bahwa mereka merasa puas dan menikmati pengalaman penggunaan layanan yang diberikan. Penilaian yang tinggi pada indikator ini mencerminkan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan mampu memberikan kesenangan, kemudahan, serta kenyamanan selama proses interaksi dengan layanan.

c. Hasil analisis deskripsi variabel *Ease of use*

Tabel 4.5
Hasil Pernyataan Responden Tentang
Variabel *Ease of Use*

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Fitur <i>Cardless Withdrawal</i> mudah digunakan bahkan untuk pengguna baru.	47	47,0%	46	46,0%	7	7,0%	0	0%	0	0%
Instruksi penggunaan fitur ini jelas dan mudah dipahami.	45	45,0%	46	46,0%	9	9,0%	0	0%	0	0%
Saya jarang mengalami kesulitan teknis saat menggunakan fitur ini.	38	38,0%	53	53,0%	9	9,0%	0	0%	0	0%

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> memiliki tampilan yang mudah di gunakan.	45	45,0%	48	48,0%	7	7,0%	0	0%	0	0%
Saya dapat dengan mudah menemukan fitur <i>Cardless Withdrawal</i> dalam aplikasi.	41	41,0%	53	53,0%	5	5,0%	1	1,0%	0	0%

Sumber : Data penelitian yang diolah (2025)

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa responden rata rata memberikan penilaian sangat baik terhadap indikator *ease of use*. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa bahwa layanan atau sistem yang digunakan mudah untuk dipahami, diakses, dan dioperasikan. Tingginya penilaian pada indikator ini mencerminkan bahwa pengguna, navigasi, serta proses yang ditawarkan oleh layanan tersebut telah dirancang dengan baik sehingga mampu memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menjalankan aktivitasnya.

d. Hasil analisis deskripsi variabel Minat penggunaan berulang

Tabel 4.6
Hasil Pernyataan Responden Tentang
Variabel Minat penggunaan berulang

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Saya tertarik untuk terus menggunakan fitur <i>Cardless Withdrawal</i> .	48	48,0%	43	43,0%	9	9,0%	0	0%	0	0%
Saya merasa fitur ini lebih menguntungkan dibandingkan metode lainnya.	31	31,0%	45	45,0%	24	24,0%	0	0%	0	0%
Saya akan lebih sering menggunakan fitur ini di masa	38	38,0%	53	53,0%	8	8,0%	1	1,0%	0	0%

Indikator	SS		S		N		TS		STS	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
mendatang.										
Saya percaya fitur ini akan menjadi metode penarikan uang yang utama bagi saya.	38	38,0%	45	45,0%	15	15,0%	2	2,0%	0	0%
Saya bersedia merekomendasikan penggunaan fitur ini kepada orang lain.	38	38,0%	47	47,0%	14	14,0%	1	1,0%	0	0%

Sumber : Data penelitian yang diolah (2025)

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa responden rata rata memberikan penilaian sangat baik terhadap indikator Minat penggunaan berulang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna memiliki kecenderungan yang tinggi untuk kembali menggunakan layanan atau produk tersebut di masa mendatang. Tingginya skor mencerminkan tingkat kepuasan yang positif serta pengalamanyang menyenangkan yang dirasakan oleh responden selama menggunakan layanan. Minat penggunaan juga mengindikasikan adanya kepercayaan terhadap kualitas dan konsistensi layanan, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan antara pengguna dan layanan.

2. Pengujian Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengukur apakah butiran pernyataan yang ada pada kuesioner tersebut sudah valid, artinya kuesioner yang diberikan berdasarkan butiran pernyataan tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner

tersebut¹⁰⁶. Item kuesioner dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel.¹⁰⁷

Adapun r tabel diperoleh dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = $n-2$, dengan n merupakan jumlah data. Maka diperoleh nilai $df = 100-2 = 98$. Dengan ini tingkat signifikan 0,05 atau 5% untuk uji dua arah maka dalam penelitian ini r tabel diperoleh sebesar 0,1966. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Convenience

Variabel	Alpha	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	0,05	0,729	0,1966	Valid
X1.2	0,05	0,720	0,1966	Valid
X1.3	0,05	0,505	0,1966	Valid
X1.4	0,05	0,685	0,1966	Valid
X1.5	0,05	0,690	0,1966	Valid

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel *convenience* (X1) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini tersebut dapat dilihat dari nilai r hitung > r tabel. r hitung berada dikisaran 0,505 - 0,729 lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,1966.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Customer Enjoyment

Variabel	Alpha	r hitung	r table	Keterangan
X2.1	0,05	0,653	0,1966	Valid
X2.2	0,05	0,636	0,1966	Valid

¹⁰⁶ Adi Riski Juanda, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Resiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020): 56.

¹⁰⁷ Rezza Resita Himawati, Pengaruh Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan terhadap Minat Menggunakan Mobile banking dengan Sikap sebagai Variabel Intervening, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018): 40.

Variabel	Alpha	r hitung	r table	Keterangan
X2.3	0,05	0,669	0,1966	Valid
X2.4	0,05	0,612	0,1966	Valid
X2.5	0,05	0,617	0,1966	Valid

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel *Customer Enjoyment* (X2) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini tersebut dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. r_{hitung} berada dikisaran 0,612 - 0,669 lebih besar dibandingkan r_{tabel} sebesar 0,1966.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Ease Of Use

Variabel	Alpha	r hitung	r table	Keterangan
X3.1	0,05	0,690	0,1966	Valid
X3.2	0,05	0,649	0,1966	Valid
X3.3	0,05	0,624	0,1966	Valid
X3.4	0,05	0,534	0,1966	Valid
X3.5	0,05	0,683	0,1966	Valid

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel *Ease of use* (X3) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini tersebut dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. r_{hitung} berada dikisaran 0,534 - 0,690 lebih besar dibandingkan r_{tabel} sebesar 0,1966.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Minat Penggunaan Berulang

Variabel	Alpha	r hitung	r table	Keterangan
Y.1	0,05	0,613	0,1966	Valid
Y.2	0,05	0,686	0,1966	Valid
Y.3	0,05	0,729	0,1966	Valid
Y.4	0,05	0,708	0,1966	Valid
Y.5	0,05	0,719	0,1966	Valid

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan variabel Minat penggunaan berulang (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Hal ini tersebut dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. r_{hitung} berada dikisaran 0,613 - 0,729 lebih besar dibandingkan r_{tabel} sebesar 0,1966.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner dari suatu variabel. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner dapat dipercaya atau tidak. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$.¹⁰⁸ Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS

23. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

No	Varibel	<i>cronbach's alpha</i>	Standarisasi	keterangan
1	<i>Convenience</i> (X1)	0,691	0,60	Reliabel
2	<i>Customer Enjoyment</i> (X2)	0,628	0,60	Reliabel
3	<i>Ease Of Use</i> (X3)	0,632	0,60	Reliabel
4	Minat Penggunaan Berulang (Y)	0,726	0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan tabel diatas, menunjukan bahwa nilai *cronbach's alpha* masing-masing Variabel $> 0,60$. Dapat disimpulkan bahwa keempat variabel yang terdapat dalam

¹⁰⁸ Adi Riski Juanda, "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Resiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking" (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020): 56.

penelitian ini reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah variabel *independent* dan *dependent* atau keduanya telah tersalurkan dengan normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan.¹⁰⁹ Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistic 23*.

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas

One-sampel kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (tailed)	.200 ^{c,d}

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui hasil *Asymp. Sig.* Dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,200 yang artinya lebih besar dari alpha (α) 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji adanya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi. Untuk menemukan ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan cara

¹⁰⁹ I Gusti Agung Sri Andini dan Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan," E-jurnal Manajemen Unud Vol.6, No.1 (2017): 6651-6677

melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai VIF > 10 maka model regresi tersebut dapat diindikasikan adanya multikolinearitas antara variabel bebas. Begitupun sebaliknya, jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 maka model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.¹¹⁰ Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics*.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients</i>		
<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
<i>Convenience</i>	0,772	1,295
<i>Customer Enjoyment</i>	0,823	1,216
<i>Ease Of Use</i>	0,792	1,263
<i>Dependent variable : Minat Penggunaan Berulang</i>		

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* pada masing-masing variabel bebas $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolineriaritas antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan bertujuan untuk melihat apakah pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap,

¹¹⁰ Ahmad saturi, “Pengaruh Reward, Motivasi Kerja dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Jember” (Skripsi, UIN KHAS JEMBER, 2022): 89.

maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Adapun cara untuk mengetahui dalam pengujian ini dengan menggunakan cara uji Glejser. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dalam model regresi tersebut terjadi gejala heteroskedastisitas. Dan apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.¹¹¹ Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics 23*.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

<i>Coefficients</i>		
Model	T	Sig
<i>Convenience</i>	0,986	0,326
<i>Customer Enjoyment</i>	0,291	0,771
<i>Ease Of Use</i>	1,677	0,097
<i>Dependent Variable : ABRESID</i>		

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dapat dibuktikan dengan diperolehnya nilai signifikansi semua variabel independen $> 0,05$.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics). Analisis ini dilakukan untuk mengukur apakah antara dua variabel atau lebih memiliki kekuatan, serta juga untuk menunjukkan hubungan antara variabel independent dengan variabel dependent,

¹¹¹ I Gusti Agung Sri Andini dan Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan," E-jurnal Manajemen Unud Vol.6, No.12 (2017): 6651-6677.

Hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian pada tabel dibawah.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1,219	2,253
<i>Convenience</i>	0,320	0,108
<i>Customer Enjoyment</i>	0,391	0,109
<i>Ease Of Use</i>	0,852	0,116

Sumber : Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, maka dapat disimpulkan persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

$$Y = 1,219 + 0,320X_1 + 0,391X_2 + 0,852X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat penggunaan berulang *Cardless withdrawal* BSI
Mobile banking

α = konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel
independent

X_1 = *convenience*

X_2 = *customer enjoyment*

X_3 = *ease of use*

e = Variabel error¹¹²

Dari hasil regresi linier berganda diatas dapat dijelskan bahwa:

¹¹² Adi Riski Juanda, Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Resiko Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” (Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020): 58.

- a. konstanta (α) memiliki nilai sebesar 1,219. Artinya, jika variabel X1 (*convenience*), variabel X2 (*customer enjoyment*), dan variable X3 (*ease of use*) adalah 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai variabel Y (Minat penggunaan berulang) adalah 1,219
- b. Nilai koefisienregresi X1 (b_1) sebesar 0,320 menunjukanvariabel X1 (*convenience*) memiliki arah korelasi positif terhadap variable Y (Minat penggunaan berulang). Artin ya jika variable X1 (*convenience*) mengalami kenaikan sebesar 1 maka variable Y(Minat penggunaan berulang) akan mengalami peningkatan sebesar 0,320.
- c. Nilai koefisienregresi X2 (b_2) sebesar 0,391 menunjukanvariabel X2 (*customer enjoyment*) memiliki arah korelasi positif terhadap variable Y (Minat penggunaan berulang). Artinya jika variable X2 (*customer enjoyment*) mengalami kenaikan sebesar 1 maka variable Y (Minat penggunaanberulang) akanmengalami peningkatan sebesar 0,391.
- d. Nilai koefisienregresi X3 (b_3) sebesar 0,852 menunjukanvariabel X3 (*ease of use*) memiliki arah korelasi positif terhadap variable Y (Minat penggunaan berulang). Artinya jika variable X3 (*ease of use*) mengalami kenaikan sebesar 1 maka variable Y(Minat penggunaan berulang) akan mengalami peningkatan sebesar 0,852.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent* dalam uji T ini akan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan taraf sig 0,05 atau 5%. Apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai Sig $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel *dependen*.¹¹³

Adapun tabel diperoleh dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) $n-k-1$, dengan n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel X. Maka diperoleh nilai $df = 100-2-1 = 97$. Dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dalam penelitian ini t tabel diperoleh sebesar 0,198472. Uji Parsial dalam penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics. Hasil pengujiannya dapat dilihat tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients		
Model	T	Sig
Convenience	2,953	0,004
Customer Enjoyment	3,598	0,001
Ease Of Use	7,362	0,000

Sumber : Lampiran 10

¹¹³ Ahmad Saturi, “ Pengaruh Reward, Motivasi Kerja, dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK. Kantor Cabang Jember” (Skripsi, UIN KHASJember 2022): 56.

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka dapat disimpulkan Uji Parsial (Uji T) dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Pengaruh variabel X1 (*Convenience*) terhadap variabel Y (Minat Penggunaan berulang) menunjukkan t hitung sebesar 2,953. Sedangkan t tabel diperoleh sebesar 0,198472. Karna nilai t hitung > t tabel dan nilai Sig < 0,05 yakni 0,004. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *Convenience* dengan minat penggunaan berulang.
- 2) Pengaruh variabel X2 (*Customer Enjoyment*) terhadap variabel Y (Minat Penggunaan berulang) menunjukkan t hitung sebesar 3,598. Sedangkan t tabel diperoleh sebesar 0,198472. Karna nilai t hitung > t tabel dan nilai Sig < 0,05 yakni 0,001. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *Customer Enjoyment* dengan minat penggunaan berulang .
- 3) Pengaruh variabel X3 (*Ease Of Use*) terhadap variabel Y (Minat Penggunaan berulang) menunjukkan t hitung sebesar 7,362. Sedangkan t tabel diperoleh sebesar 0,198472. Karna nilai t hitung > t tabel dan nilai Sig < 0,05 yakni 0,001. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat

disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara *Ease Of Use* dengan minat penggunaan berulang.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel *dependent*. Dalam uji T ini akan membandingkan hitung dengan t tabel dengan taraf Sig 0,05 atau 5%. Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai Sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen.¹¹⁴

Adapun F_{tabel} diperoleh dengan menggunakan rumus df (*degree of freedom*) = $n - k$, dengan n merupakan jumlah data dan k merupakan jumlah semua variabel. Maka diperoleh nilai df $100 - 3 = 97$. Dengan demikian maka dalam penelitian ini F_{tabel} diperoleh sebesar 3,090. Uji Parsial dalam penelitian ini menggunakan bantuan IBM SPSS Statistics. Dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA		
Model	F	Sig
<i>Regression</i>	35,131	0,000

Sumber : Lampiran 10

¹¹⁴ Rizki Amalia Imelda, "Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember" (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2021): 24

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa uji simultan(Uji F) dalam penelitian ini menunjukan F_{hitung} sebesar 35,131. Sedangkan F_{tabel} di peroleh sebesar 3,090. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai Sig < 0,05. Maka hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel *independent* (*convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use*) secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependent* (minat penggunaan berulang).

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur ketepatan suatu model regresi dalam menjelaskan variabel *dependent*. Rentang nilai dari koefisien determinan (R^2) ini adalah 0 samapai 1. Jika hasil nilai koefisien determinasi (R^2) mendekati angka 1 maka variabel *independent* semakinkuat dalam memberikan informasi yang dibutuhkan terhadap variasi variabel *dependent*.

Berikut merupakan hasil output penelitian ini menggunakan bantuan *IMB SPSS Statistic 23* :

Tabel 4.17
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary		
Model	R Square	Adjusted R Square
1	0,723	0,523

Sumber : Lampiran 11

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh nilai Adjusted R square 0,523 yang artinya bahwa variabel *independent* (*convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use*) dapat mempengaruhi variabel

dependent (Minat penggunaan berulang) sebesar 52,3%. Sedangkan sisanya sebesar 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

a. Pembahasan

Berdasarkan tujuan penelitian ini, maka pembahasan dibawah ini akan dijelaskan berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengaruh *Convenience* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal* BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z .

Dalam penelitian ini, variabel *Convenience* diteliti untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap Minat Penggunaan Berulang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *convenience* dengan minat penggunaan berulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *convenience* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z. Dalam penelitian ini mengidentifikasi bahwa nasabah generasi Z menganggap semakin tinggi tingkat kenyamanan seseorang atas kemanfaatan *cardless withdrawal mobile banking* BSI, maka minat penggunaan berulangnya semakin meningkat. Karena dengan menggunakan BSI *mobile*

banking, seseorang dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari transaksi perbankan. Banyaknya manfaat yang diberikan oleh *mobile banking* BSI ini akan mendorong minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking* BSI. Hasil ini didukung dengan jawaban responden yang cenderung setuju bahwa *mobile banking* BSI dapat meningkatkan minat penggunaan berulang dan meningkatkan produktifitas, juga membantu menghemat waktu dalam bertransaksi.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tressya Primadewi, Agus Supriadi yang berjudul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Mobile Banking*” dan penelitian oleh Isnayanti yang berjudul “Pengaruh Kenyamanan dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah pada Masyarakat Kuta Blang. Yang menunjukkan hasil bahwa kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *Mobile Banking*.¹¹⁵

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan konsep *Technology Acceptance Model* yang ditemukan oleh Davis yang menyatakan bahwa kenyamanan merupakan salah satu yang menyatukan penerimaan pengguna terhadap system

¹¹⁵ Tressya Primadewi, Agus Supriyadi, Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Mobile Banking*, (*Prosiding seminar nasional akuntansi dan manajemen* -2023) <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/738>

teknologi informasi yang dalam penelitian ini adalah *cardless withdrawal mobile banking*.¹¹⁶

2) Pengaruh *Customer Enjoyment* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal* BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z .

Dalam penelitian ini, variabel *Customer Enjoyment* diteliti untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap Minat Penggunaan Berulang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *customer enjoyment* dengan minat penggunaan berulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *customer enjoyment* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI mobile banking pada nasabah generasi Z. Dalam penelitian ini *customer enjoyment* mengidentifikasikan bahwa bukan hanya tentang pengalaman satu kali, tetapi juga tentang bagaimana pengguna merasa enjoy setelah beberapa kali menggunakan fitur tersebut sehingga menambah minat penggunaan berulang.

Jika nasabah merasa puas secara konsisten mereka akan lebih cenderung merekomendasikan kepada orang lain. *Enjoyment* yang dirasakan saat menggunakan yaitu praktis dan simple. Hasil ini didukung dengan jawaban responden yang

¹¹⁶ Agus, Sumarsono, Thaqibul, Annisa, Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink” *Jurnal* Vol. 23, No 1,27-38, Mei 2020 <https://www.researchgate.net/publication/346325391>.

cenderung setuju bahwa Tingkat *enjoyment* penggunaan *mobile banking* BSI dapat meningkatkan minat penggunaan berulang dan meningkatkan produktifitas, dan membantu menghemat waktu dalam bertransaksi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh

Palupi Trubus Titik yang berjudul Analisis Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu Atm Melalui Aplikasi Bsi *Mobile* Dikalangan Generasi Milenial Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam, dan Tira, Ahmad, dan Tuti yang berjudul "Pengaruh Pengalaman Nasabah dalam penggunaan *Mobile banking* terhadap Loyalitas Nasabah BSI." Yang menunjukkan hasil pengalaman nasabah dalam penggunaan *mobile banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI.¹¹⁷

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan konsep *Technology Acceptance Model* yang ditemukan oleh Davis yang menyatakan bahwa *user experience* merupakan salah satu yang menyatukan penerimaan pengguna terhadap system teknologi informasi yang dalam penelitian ini adalah *cardless withdrawal mobile banking*.¹¹⁸

¹¹⁷ Titik Palupi Trubus, Analisis Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu Atm Melalui Aplikasi Bsi *Mobile* di kalangan Generasi Milenial Kota Bandar Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *diploma thesis*, UIN Raden Intan Lampung, Agustus 16, 2023. <https://repository.radenintan.ac.id/29778/>

¹¹⁸ Soetam Rizky Wicaksono, "Teori Dasar *Technology Acceptance Model*" Desember 2022, *Dasar_Technology_Acceptance_Model*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

3) Pengaruh *Ease Of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang
Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking Pada Nasabah
 Generasi Z .

Dalam penelitian ini, variabel *Ease Of Use* diteliti untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap Minat Penggunaan Berulang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *ease of use* dengan minat penggunaan berulang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *ease of use* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal* BSI *mobile banking* pada nasabah generasi Z. Dalam penelitian ini *ease of use* mengidentifikasi bahwa nasabah menganggap semakin percaya seseorang bahwa *mobile banking* mudah digunakan, maka minat penggunaan berluangnya semakin meningkat. *ease of use* yang dirasakan saat menggunakan *cardless withdrawal* yaitu system yang ramah pengguna artinya nasabah tanpa merasa pusing dengan akses yang mudah di mengerti ini tentu dapat mendorong minat penggunaan berulang pada fitur ini. Hasil ini didukung dengan jawaban responden yang cenderung setuju bahwa *cardless withdrawal* mudah di mengerti, mudah digunakan dimanapun dan kapanpun, serta mudah dioperasikan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang

dilakukan oleh Fajriastuti, N & Arman, A yang berjudul “Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi terhadap Minat Nasabah Milineal Bank Syariah Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*.”¹¹⁹ Diah Ayu Pitaloka yang berjudul ” Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi pada Masyarakat Di Kota Cirebon)” Yang menunjukan kemudahan nasabah dalam Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap Terhadap Minat Nasabah.¹²⁰

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan konsep *Technology Acceptance Model* yang ditemukan oleh Davis yang menyatakan bahwa kemudahan merupakan salah satu Konstruk utama yang menentukan penerimaan pengguna terhadap system teknologi informasi yang dalam penelitian ini adalah *cardless withdrawal mobile banking*.¹²¹

¹¹⁹ Nada Fajriastuti, Ady Arman, Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan *Cardless Withdrawal*. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta*, 3(1), 1-11. Desember 2022. <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>

¹²⁰ Diah Ayu Pitaloka, Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon). (Skripsi, UIN Raden Mas Said, 2023). <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>

¹²¹ Ence Surahman, Andri Satrio, Herminarto Sofyan, Kajian Teori Dalam Penelitian”, (JKTP Vol 3 No (1) Februari 2020: 49-58, *Jurnal kajian teknologi pendidikan* : <http://journal2.um.ac.id/index.php/jktp/index>.

4) Pengaruh *Convenience, Customer Enjoyment, dan Ease Of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal* BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z .

Dalam penelitian ini, variabel *Convenience, Customer Enjoyment, dan Ease Of Use* diteliti untuk mengetahui adanya pengaruh terhadap Minat Penggunaan Berulang. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dapat diketahui bahwa semua variabel independen (*Convenience, Customer Enjoyment, dan Ease Of Use*) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Minat Penggunaan Berulang). Sehingga dapat disimpulkan bahwa *convenience, customer enjoyment, dan ease of use* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal BSI mobile banking* pada nasabah generasi Z. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah generasi Z memiliki dorongan untuk menggunakan *cardless withdrawal BSI mobile banking* dikarenakan memiliki manfaat yang besar yang dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi serta penggunaan bertransaksi pada *mobile banking* yang praktis.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kitti Phothikitti “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Anjungan Tunai Mandiri

(ATM) Tanpa Kartu di Kalangan Nasabah Sebagai Cara Untuk Bertransaksi”. Dan penelitian oleh Tressya Primadewi, Agus Supriyadi yang berjudul " Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Mobile Banking*” menunjukkan hasil bahwa Persepsi Kemudahan dan Manfaat secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan berulang *mobile banking*.¹²²

Hasil dalam penelitian ini sesuai dengan konsep Technology Acceptance Model yang dikemukakan oleh Davis yang menyatakan bahwa *convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use* merupakan konstruk utama yang menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi yang dalam penelitian ini adalah *cardless withdrawal* pada *mobile banking*.¹²³

¹²² Wae-Kitti Phothikitti, Factors Influencing Intentions To Use Cardless Automatic Teller Machine (ATM). *International Journal of Economics and Business Administration*, 8(3), 40-56. (2020). <https://ijebe.com/journal/485/download/Factors+Influencing+Intentions+to+Use++Cardless+Automatic+Teller+Machine+%28ATM%29.pdf>

¹²³ Soetam Rizky Wicaksono, “Teori Dasar Technology Acceptance Model” Desember 2022, *Dasar_Technology_Acceptance_Model*. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.7754254>

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh *Convenience*, *Customer Enjoyment*, dan *Ease Of Use* terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking* Pada Nasabah Generasi Z, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Convenience* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Convenience* nasabah atas seberapa nyaman pengguna merasakan proses, fasilitas dan aksesibilitas fitur *cardless withdrawal BSI Mobile Banking*, maka minat penggunaan berulangnya semakin meningkat.
2. *Customer Enjoyment* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal BSI Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kenikmatan atau kepuasan nasabah atas pengalaman bertransaksi menggunakan *cardless withdrawal BSI Mobile Banking*, maka minat penggunaan berulangnya semakin meningkat.
3. *Ease Of Use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan berulang *cardless withdrawal BSI Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah percaya fitur semakintinggi tingkat kemudahan atas fitur *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking*, maka minat penggunaan berulangnya semakin meningkat.

4. *Convenience*, *Customer Enjoyment*, dan *Ease Of Use* secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Minat Penggunaan Berulang). Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $35,127 > F$ tabel $3,090$. Serta variabel *Convenience*, *Customer Enjoyment*, dan *Ease Of Use* memiliki nilai determinasi sebesar sebesar $52,3\%$. Sedangkan sisanya sebesar $47,7\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. BSI diharapkan terus meningkatkan *convenience* dalam penggunaan fitur *cardless withdrawal* melalui perbaikan pada aspek proses transaksi yang lebih efisien, ketersediaan fasilitas yang merata di seluruh mesin ATM, serta peningkatan aksesibilitas pada aplikasi *mobile banking*. Untuk mendukung *convenience* jangka panjang, pihak BSI perlu memastikan bahwa fitur ini dapat digunakan dengan stabil meskipun sedang dilakukan pemeliharaan atau pengembangan sistem, agar nasabah tidak merasa terganggu.
2. BSI disarankan untuk terus memperhatikan pengalaman pengguna dalam menggunakan fitur *cardless withdrawal*, baik dari sisi antarmuka aplikasi yang menarik dan *user friendly*, maupun dari sisi respons aplikasi yang cepat dan minim kendala. Selain itu, BSI juga dapat menambahkan fitur

interaktif atau edukatif seputar manfaat *cardless withdrawal* agar nasabah merasa lebih terlibat dan puas selama proses transaksi.

3. Pihak pengembang aplikasi BSI *mobile banking* sebaiknya secara rutin melakukan evaluasi dan perbaikan terhadap alur penggunaan fitur *cardless withdrawal*, khususnya agar tetap mudah digunakan oleh berbagai kalangan, termasuk pengguna baru. Pemberian petunjuk atau panduan yang jelas di dalam aplikasi juga akan membantu meningkatkan persepsi kemudahan bagi pengguna. Selain itu, saat terjadi pengembangan sistem, perlu disediakan notifikasi atau alternatif fitur agar pengguna tidak merasa kesulitan atau bingung.
4. Karena variabel *convenience*, *customer enjoyment*, dan *ease of use* secara bersama-sama mempengaruhi sebesar 52,3% terhadap minat penggunaan berulang, maka BSI disarankan untuk memperkuat sinergi ketiga aspek tersebut dalam pengembangan sistem. Namun, karena masih terdapat 47,7% pengaruh dari faktor lain, penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel tambahan seperti kepercayaan pengguna (*trust*), keamanan sistem (*security*), dan kualitas layanan pelanggan (*service quality*) guna mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan berulang fitur *Cardless Withdrawal*.

DAFTAR PUSTAKA

A.Rajan, Reshmi “*Mobile payment and banking the digital era*” Jurnal Ilmiah Terapan : 0302-9832, 8 mei-Agustus 2023.

https://www.researchgate.net/publication/382485680_mobile_payment_and_banking_the_digital_era.

Agung, Gusti Sri Andini dan Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Retail Service terhadap Citra Perusahaan yang Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan,” E-jurnal Manajemen Unud Vol.6, No.12, Desember 2017: 6651-6677.

<https://103.29.196.112/index.php/manajemen/article/view/34131>

Agus, M Sumarsono, Thabqibul, Anissa “Penerapan Teknologi Acceptance Model (TAM) dalam pengujian model penerimaan Aplikasi Masjidlink” jurnal: Vol.23,No.1,27-38, Mei 2020, DOI: 10.18196/st.231253.

Akdim, K., Casaló, L. V., & Flavián, C. “*The role of utilitarian and hedonic aspects in the continuance intention to use social mobile apps. Journal of Retailing and Consumer Services*” 66, 10 October 2021, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102888>.

Ali, Q., S. Parveen, H. Yaacob, dan Z. Zaini. Sistem perbankan tanpa kartu di Malaysia: TAM yang diperluas. *Risiko* 9 (2): 41. 2021, <https://doi.org/10.3390/risks9020041>

Antara news, “Bi: transaksi perbankan digital meningkat capai Rp5.570,49 triliun” 20 juni 2024. <https://www.antaranews.com/berita/4160283/bi-transaksi-perbankan-digital-meningkat-capai-rp557049-triliun>.

Asri, Ratna saras sati dan M. ramaditya, “pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan e-money (studi kasus pada konsumen yang menggunakan metland card),” repository.stei.ac.id, 30 september 2022, http://repository.stei.ac.id/1990/1/ratna%20asri%20saras%20sati%2021177500443_arti.

Auer, R., Cornelli, G. & Frost, J., uang tunai, dan masa depan pembayaran. Buletin” Mei 2020. BIS. <https://www.bis.org/publ/bisbull03.pdf>

Ayu, Putri Adining Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* BRI Di Kota Jember (Studi Pada Nasabah BRI Generasi Y Dan Generasi Z) Skripsi, UIN KHAS Jember, juni 2023.

- Bambang, S., Masrunik, E., & Rizal, M, “Motivasi Kerja dan Gen Z: Teori dan Penerapan”. Zaida *digital publishing*, 2020, https://books.google.co.id/books?id=eKzuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Bank Indonesia, “Fungsi utama sistem pembayaran ritel elektronik” Accessed December 02, 2024. <https://www.bi.go.id/id/fungsi/utama/sistem/pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>.
- Bank muamalat “Perbedaan bank syariah dan bank konvensional” Accessed October 27, 2024. <https://www.bankmuamalat.co.id/index.php/artikel/perbedaan-bank-syariah-dan-bank-konvensional11>
- Bank Syariah Indonesia “Digital banking dinilai optimal bsi raih penghargaan *best digital bank*” 15 September 2024 <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/digital-banking-dinilai-optimal-bsi-raih-penghargaan-best-digital-bank>.
- Bank Syariah Indonesia “inovasi untuk negeri bawa BSI raih penghargaan” Desember 2021 <https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/inovasi-untuk-negeri-bawa-bsi-raih-penghargaan>.
- BPS Prov Jawa timur.” Jumlah Mahasiswa (Negeri dan Swasta) di Bawah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Menurut Kabupaten/Kota, 2021 dan 2022” last modified 20 juli 2023. <https://jatim.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjkzOCMx/jumlah-mahasiswa-negeridan-swasta-di-bawah-kementerian-pendidikan-dan-kebudayaanmenurut-kabupaten-kota-2021-dan-2022.html>.
- Candy, Muhammad a, Tuti Anggraini “ Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat generasi z dalam menggunakan produk perbankan syariah” Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, Volume 7, No. 2, 2022 <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v7i2.14165>
- Chitturi, R., Raghunathan, R., & Mahajan, V. “*Delight by design: The role of hedonic versus utilitarian benefits.*” *Journal of marketing* 72(3), 48-63, 2008 <http://dx.doi.org/10.1509/jmkg.72.3.48>
- Chotifah, Y.S, “Peningkatan minat menabung di bank syariah melalui program office channeling”. *Journal Of Finance and Islamic Banking*, 2019 1(1), 65-75 <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/IBF/index>

- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. dan Warshaw, P. R. "User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models User." Management Science, 35,8. 1989
<http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- Didier, Bonnet and George "The New Elements of Digital Transformation," MIT Sloan Management Review 62, no. 2 2020.
<https://sloanreview.mit.edu/article/the-new-elements-of-digital-transformation/>.
- Ekasarana "Optimalkan Mobile banking Untuk Penuhi Ekspektasi Milenial dan Gen Z" Mitracomm Ekasarana, 19 Desember 2022,
<https://mitracomm.com/optimalkan-mobile-banking/>.
- Fadlan, abi "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan terhadap Penggunaan Mobile banking Studi pada Mahasiswa Pengguna Mobile banking Universitas Brawijaya" Skripsi, Universitas Brawijaya, 2018, 39.
- Fajriastuti, N., & Arman, A. "Pengaruh Pengetahuan, Keamanan, Dan Kemudahan, Transaksi Terhadap Minat Nasabah Milenial Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Layanan Cardless Withdrawal". In Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen Politeknik Negeri Jakarta, 3(1), 1 November, 2022, <https://prosiding-old.pnj.ac.id/index.php/snampnj/article/view/5819>.
- Fatimatuazzahro, Analisis Strategi bisnis Syariah Pada Sektor Industri Pada Digital Economy, google Scholar, 25 oktober 2022.
- Febriani, Shella Amelia Analisis Pengaruh Faktor Pengetahuan, Kemudahan Penggunaan dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Penggunaan Fitur Mobile Banking Cardless Withdrawal (Tarik Tunai Tanpa Kartu) Pada Mahasiswa Universitas Airlangga. Skripsi Universitas Airlangga , 2021. <https://repository.unair.ac.id/110780/>.
- Gading, Samuel" Hasil survei : bank digital RI tumbuh pesat gegara Gen Z" Detik.com, July 9, 2024, <https://finance.detik.com/moneter/d-7430230/hasil-survei-bank-digital-ri-tumbuh-pesat-gegara.genz#:~:text=Menurut%20survei%20yang%20dilakukan%20oleh,secara%20tahunan%20pada%20Mei%202024>.
- Ghozali, Imam. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. 2018, https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ROx06-4AAAAJ&citation_for_view=ROx06-4AAAAJ:pyW8ca7W8N0C.

- Hafiizha, Zhara, tuti a. “Pengaruh Personal Branding Sumber Daya Insani Perbankan Syariah Terhadap Digitalisasi Banking di Era Industri 4.0. 2023, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.7942>
- Hidayatullah, M.F, Ayu firnanda, implementasi Akad Mudharabah dalam Produk Tabah (Tabungan Mudharabah) di KSPPS BMT NU Cabang Silo. Vol.02 No.03 januari-Maret (2025) <https://jurnal.ittc.web.id/index.php/jipm>
- Imelda, Rizki Amalia, “Pengaruh Kualitas Layanan Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KC Jember” Skripsi, UINKHAS Jember, 2021: 24.
- Isnayanti, Pengaruh Kenyamanan Dan Kemanfaatan Terhadap Keputusan Penggunaan *Mobile Banking Action* Pt. Bank Aceh Syariah Pada Masyarakat Kuta Blang. skripsi, UIN Ar-Raniry banda Aceh, 2022.
- Istrate, Calin Mihai “Cardless Withdrawal System for Mobile Banking Applications 2014” <https://www.semanticscholar.org/paper/3b26e58099b24ef5c0e3bd989f0716068c2d132>
- Juanda, Adi Riski “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Resiko terhadap Minat Menggunakan Internet Banking” Skripsi, UIN Ar-Raniry, 2020: 56.
- Khanam, Taslima “Prospects and challenges of mobile banking in Bangladesh: A case study” October 2024 *World Journal of Advanced Research and Reviews* 24:1247-1263, <http://dx.doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.1.3045>
- Younghwa, Lee., Kozar, Kenneth A., & Larsen, Kai R. T. *The Technology Acceptance Model: Past, Present, and Future. Communications of the Association for Information Systems*. March 18, 2020, <http://dx.doi.org/10.17705/1CAIS.01250>.
- Liu, C., Wolter, C., Xian, W. and Jeschke, J.M, “Most invasive species largely conserve their climatic niche. *Proceedings of the National Academy of Sciences*”, 117(38), pp.23643-23651 Riscnetwork, September 29, 2020 <https://doi.org/10.1073/pnas.2004289117>.
- Lukita, K.A., Galinium, M., & Purnama, J. *User Experience Analysis of an ECommerce Website Using User Experience Questionnaire (UEQ) Framework*. . Seminar Nasional Pakar ke 1. 2018, <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/pakar/article/download/2658/2313/6571>
- Luna, Gendis Chintia, Eka Sudarusman, “pengaruh keamanan, *convenience risk*, dan persepsi risiko produk terhadap minat beli online pada situs jual

- beli shopee” jurnal manajemen: Vol 3, No 2 2022 Oktober.
<https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/344/172>.
- Milagsita, Anindya, "Gen Z Tahun Berapa? Ini Urutan 7 Generasi Berdasarkan Tahunnya", Artikel Detikjogja, November 17, 2024,
<https://www.detik.com/jogja/berita/d-7642308/gen-z-tahun-berapa-ini-urutan-7-generasi-berdasarkan-tahunnya>.
- Mishra, A., Shukla, A., Rana, N. P., Currie, W. L., & Dwivedi, Y. K. “Re-examining post-acceptance model of information systems continuance: A revised theoretical model using MASEM approach.” *International Journal of Information Management*, 68 August 2022, 102571.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102571>.
- Mulyanto, Agus. Sumarsono, Thaqibul Fikri Niyartama, Annisa Khodista Syaka, “Penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink” Jurnal Vol. 23, No 1, 27-38, Mei 2020.
- Musari, Khairunnisa, Hidayat, Sutan Emir “Pengetahuan dan Perilaku Keuangan Digital Generasi Z di Indonesia: Survei Literasi FinTech Islam Menuju Inklusi Keuangan Digital” 2022, <https://www.igi-global.com/book/fintech-development-financial-inclusiveness/270787>
- Muthia, nur ahmadi, nuri aslami, Analisis Penggunaan Fitur Pembayaran Online E-Commerce Dan Top Up E-Wallet Terhadap Kenyamanan Bertransaksi Menggunakan BSI Mobile (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Sumatera Utara), August 2024 *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)* 7(2):2121-2133,
https://www.researchgate.net/publication/383166477_Analisis_Penggunaan_Fitur_Pembayaran_Online_ECommerce_Dan_Top_Up_EWallet_Terhadap_Kenyamanan_Bertransaksi_Menggunakan_BSI_Mobile_Studi_Kasus_Mahasiswa_Universitas_Negeri_Sumatera_Utara.
- Musfiroh, Luluk Putri Aprilia Sari. Analisis Akuntansi Persediaan Barang Dagang Dalam upaya Mengoptimalkan Penjualan Berdasarkan Prinsip Syariah Pada toko Pecah Belah H.Edi, , (Skripsi, UIN KHAS Jember, November 2023
- Ningrum, R. Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu” Skripsi, IAIN Palu 2020.
<http://repository.iainpalu.ac.id/id/eprint/1270/>
- Pitaloka, D. A, “Pengaruh Efisiensi, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Tarik Tunai Tanpa Kartu Bank Syariah Indonesia (Studi Pada Masyarakat Di Kota Cirebon).” Skripsi,

- UIN Raden Mas Said Surakarta, 2023. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3703/1/Skripsi>.
- Purnamasari, Susan Dian., Seila, Andi Nur. “Penerapan *Model Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology* (UTAUT 2) Terhadap Perilaku Pelanggan *E-Commerce* Shopee Indonesia di kota Palembang” *Journalisi.v3i2.143*, 2021 <https://doi.org/10.33557/journalisi.v3i2.143>
- Refinitiv, “*Islamic Finance Development Indicator Report*” 2022: *EMBRACING CHANGE* Mei 17, 2022. https://icd-ps.org/uploads/files/ICD%20Refinitiv%20ifdi-report-20221669878247_1582.pdf,
- Sati, Ratna asri saras dan M. ramaditya, “pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan penggunaan, kepercayaan, dan persepsi resiko terhadap minat menggunakan *e-money* (studi kasus pada konsumen yang menggunakan *metland card*),” repository.stei.ac.id, 30 september 2022, http://repository.stei.ac.id/1990/1/ratna%20asri%20saras%20sati%2021177500443_arti.kelindonesia.pdf.
- Saturi, Ahmad, “ Pengaruh Reward, Motivasi Kerja, dan Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK. Kantor Cabang Jember” Skripsi, UIN KHAS Jember 2022 :89
- Seiders, K., Voss, G. B., Godfrey, A. L., & Grewal, D. *SERVCON: development and validation of a multidimensional service convenience scale. Journal of the academy of Marketing Science*, 35(1), 144-156. 2007 <http://dx.doi.org/10.1007/s11747-006-0001-5>
- Sekaran, Uma dan Roger Bougi. *Research Methods for Business. In A Skill-Building Approach. Seventh Ed*, 2013 247–248. [https://books.google.co.id/books/about/Research Methods For Business.html?hl=id&id=Ko6bCgAAQBAJ&redir_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Research%20Methods%20For%20Business.html?hl=id&id=Ko6bCgAAQBAJ&redir_esc=y).
- Setyaningrum, Nurul, Mahmuda, Lutfia Farhatul, Retna Anggitani,” *Convenience, Benefits, Security, Trust, and Innovation: A Decision-Making Framework for the Gojek Application's Gopay Feature During the COVID-19 Pandemic*” *Journal of Economic Sharia Law and Business Studies* Desember 30, 2023, <https://doi.org/10.55120/iltizamat.v3i1.1745>
- Sugihyanto, Toto, regina arsjah “ *The effect of digital banking, Digital transformation on the efficiency of commercial banks in indonesia*” 2023, https://www.researchgate.net/publication/373418475_The_Effect_of_Digital_Banking_Digital_Transformation_on_the_Efficiency_of_Commercial_Banks_in_Indonesia.

Suharto, Babun dkk, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri Jember” Jember: IAIN Jember, 2019, 79.

Suluk, Seher “ *the stages of digital banking and digital banking in the light of current developments*” December 2023 Academy Global Conferences& Journals
: https://www.researchgate.net/publication/376111084_The_Stages_Of_Digital_Banking_And_Digital_Banking_In_The_Light_Of_Current_Developments.

Sumarsono, Agus, thaqibul, Annisa, “Penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pengujian Model Penerimaan Aplikasi MasjidLink” Jurnal Vol. 23, No 1, 27-38, Mei 2020
<https://www.researchgate.net/publication/34632539>.

Trubus, Titik Palupi *analisis transaksi tarik tunai tanpa kartu atm melalui aplikasi bsi mobile dikalangan generasi milenial kota bandar lampung dalam perspektif ekonomi islam*”. diploma thesis, uin raden intan lampung, Agustus 16, 2023. <https://repository.radenintan.ac.id/29778/>.

Venkatesh, Viswanath, Bala, Hillol. “*Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions*” Decision Sciences, 39, 2. mei 2020 DOI: [10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x).

Vimawati, Indah Wahyu, “ pengaruh kepercayaan, kemudahan dan kualitas informasi terhadap keputusan pembelian secara online di aplikasi Shopee (studi kasus pada mahasiswa satya negara indonesia Kampus A)” Skripsi, Universitas Satya Negara Indonesia Jakarta 2019, 22

Wellalage, Nirosha, Dr Ahmed Imran Hunjara “*Digital Banking and Finance*”: *A handbook*” Mei 2024, <https://doi.org/10.1142/q0479>

Westerman, George, Didier Bonnet, and Andrew McAfee, “*Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*” Harvard Business Press, 2014”. <https://hbsp.harvard.edu/product/17039-HBK-ENG>.

Lampiran 1

Matrik penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Rumusan Masalah
Pengaruh <i>Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use</i> Terhadap Minat Penggunaan Berulang <i>Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking</i> Pada Nasabah Generasi Z .	a. <i>Convenience</i> b. <i>Customer Enjoyment</i> c. <i>Ease Of Use</i> d. Minat Penggunaan Berulang	a. Aksesibilitas b. Koneksi Internet c. Fleksibilitas waktu a. Pengalaman pengguna b. Interaksi sosial c. Kepuasan jangka panjang a. Mudah dipelajari b. Mudah dimengerti c. Mudah digunakan d. Fleksibel a. Niat untuk menggunakan jangka panjang b. Ketertarikan pada objek minat c. perasaan senang.	a. Kuesioner yang dibagikan kepada nasabah pengguna <i>Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking</i> Pada Nasabah Generasi Z .	a. Pendekatan Kuantitatif b. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner c. Analisi data menggunakan bantuan program SPSS (<i>Statistical Product and Service Solutions</i>)	a. Apakah <i>convenience</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang <i>cardless withdrawal BSI mobile banking</i> pada nasabah generasi Z? b. Apakah <i>customer enjoyment</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang <i>cardless withdrawal BSI mobile banking</i> pada nasabah generasi Z? c. Apakah <i>ease of use</i> berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang <i>cardless withdrawal BSI mobile banking</i> pada nasabah generasi Z? c. Apakah <i>convenience, customer enjoyment, ease of use</i> secara bersamaan berpengaruh terhadap minat penggunaan berulang <i>cardless withdrawal BSI mobile banking</i> pada nasabah generasi Z?

Lampiran 2

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Finda Desi Lutfiana
 NIM : 211105010040
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian yang berjudul “Pengaruh *Convenience, Customer Enjoyment, Ease of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking* Pada Nasabah Generasi Z” tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar Pustaka

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan ada nada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember 26 Mei 2025
 Saya yang menyatakan



Finda Desi Lutfiana
 NIM. 211105010040

Lampiran 3

Kuesioner penelitian

BAGIAN 1

Pengantar

Assalamualaikum Wr Wb.

Perkenalkan Nama Saya Finda Desi Lutfiana (211105010040) Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi untuk memenuhi syarat penyelesaian Sarjana (S1). Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Data yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk penyelesaian skripsi dan dijamin kerahasiaanya.

Syarat dan ketentuan:

Nasabah yang pernah menggunakan fitur *cardless withdrawal* BSI lebih dari 1 kali.

Demikian permohonan ini disampaikan, terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Saudara/i yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

A. Profil Responden

Nama :

Jenis kelamin : ☐ Laki-Laki ☐ Perempuan

Usia : ☐ 17-19 Tahun ☐ 20-22 Tahun ☐ 23-25 Tahun

Apakah anda seorang nasabah Bank Syariah Indonesia?

☐ Ya ☐ Tidak

Apakah anda pernah menggunakan fitur *Cardless Withdrawal* (Tarik Tunai Tanpa Kartu) BSI *Mobile Banking*?

☐ Ya ☐ Tidak

Bagian 2

B. Petunjuk pengisian Kuesioner

1. Istilah data diri sebelum melakukan pengisian kuesioner
2. Berikut ini keterangan alternatif yang tersedia, yaitu :

No	Alternatif Jawaban	Skor Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju	1
2	Tidak Setuju	2
3	Netral	3
4	Setuju	4
5	Sangat Setuju	5

1. Convenience

No	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya merasa fitur <i>Cardless Withdrawal</i> BSI <i>Mobile Banking</i> mudah diakses kapan saja dan di mana saja.					
2	<i>Cardless Withdrawal</i> menghemat waktu dibandingkan dengan metode penarikan tunai lainnya.					
3	Saya tidak perlu membawa kartu ATM untuk menarik uang, sehingga lebih praktis.					
4	Proses penarikan uang menggunakan fitur ini lebih cepat dan efisien.					
5	Saya merasa nyaman menggunakan fitur ini untuk kebutuhan transaksi sehari-hari.					

2. Customer Enjoyment

No	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
6	Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan fitur <i>Cardless Withdrawal</i> .					
7	Menggunakan fitur ini memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi saya.					
8	Saya merasa lebih aman karena tidak perlu membawa kartu fisik.					
9	Saya menikmati kemudahan transaksi tanpa harus ke bank atau membawa kartu.					
10	Saya merasa puas dengan penggunaan <i>cardless withdrawal</i> dan ingin terus menggunakannya dalam waktu yang lama.					

3. Ease of Use

No	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
11	Fitur <i>Cardless Withdrawal</i> mudah digunakan bahkan untuk pengguna baru.					
7	Instruksi penggunaan fitur ini jelas dan mudah dipahami.					
8	Saya jarang mengalami kesulitan teknis saat menggunakan fitur ini.					
9	Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> memiliki tampilan yang mudah di gunakan.					
10	Saya dapat dengan mudah menemukan fitur <i>Cardless Withdrawal</i> dalam aplikasi.					

4. Minat Penggunaan Berulang

No	Item Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
16	Saya tertarik untuk terus menggunakan fitur <i>Cardless Withdrawal</i> .					
17	Saya merasa fitur ini lebih menguntungkan dibandingkan metode lainnya.					
18	Saya akan lebih sering menggunakan fitur ini di masa mendatang.					
19	Saya percaya fitur ini akan menjadi metode penarikan uang yang utama bagi saya.					
20	Saya bersedia merekomendasikan penggunaan fitur ini kepada orang lain.					



Tabulasi Hasil Kuesioner

No	X1_ 1	X1_ 2	X1_ 3	X1_ 4	X1_ 5	X1	X2_ 1	X2_ 2	X2_ 3	X2_ 4	X2_ 5	X2	X3_ 1	X3_ 2	X3_ 3	X3_ 4	X3_ 5	X3	Y_ 1	Y_ 2	Y_ 3	Y_ 4	Y_ 5	Y
1	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
2	5	3	5	4	4	21	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	4	23	4	5	4	5	4	22
3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	5	4	20	4	5	3	4	5	21	3	4	5	4	2	18	3	4	4	4	3	18
6	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	4	23	5	4	4	3	3	19
7	4	4	5	4	5	22	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20
8	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24
9	5	4	3	4	4	20	4	4	4	5	4	21	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	5	20
10	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
11	4	4	5	5	5	23	4	4	4	5	5	22	5	3	4	5	4	21	4	3	5	5	5	22
12	4	3	4	3	2	16	3	3	3	2	2	13	3	3	3	5	4	18	3	3	2	2	3	13
13	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	5	23
14	4	3	5	4	4	20	3	5	5	4	5	22	4	5	5	4	5	23	4	5	4	3	5	21
15	3	4	5	4	4	20	3	5	5	3	4	20	5	4	5	4	5	23	5	4	5	3	5	22
16	5	5	5	5	5	25	5	4	4	3	4	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

17	5	4	4	4	3	20	5	5	3	5	4	22	5	3	4	5	4	21	5	4	3	4	4	20
18	4	4	3	5	4	20	4	5	4	5	3	21	5	3	4	5	3	20	4	5	5	5	5	24
19	3	4	5	5	5	22	4	3	5	4	5	21	4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	5	22
20	5	4	5	5	5	24	3	5	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	4	23
21	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
22	4	3	5	4	5	21	4	3	4	5	3	19	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	4	22
23	3	4	5	3	4	19	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	4	22	5	5	5	4	5	24
24	4	5	4	5	4	22	5	3	4	5	5	22	5	4	4	5	4	22	5	4	3	5	4	21
25	4	5	3	5	4	21	4	3	5	4	4	20	5	3	5	4	5	22	4	3	4	4	5	20
26	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
27	5	5	3	4	3	20	4	4	3	5	4	20	4	5	5	5	3	22	5	4	4	5	4	22
28	3	4	4	4	5	20	4	3	4	4	4	19	5	5	4	5	4	23	4	5	4	5	4	22
29	3	5	5	4	5	22	4	5	4	4	5	22	4	5	4	5	4	22	3	5	5	5	4	22
30	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
31	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
32	5	4	5	3	4	21	5	3	3	3	4	18	3	3	4	3	4	17	4	4	4	3	3	18
33	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	3	17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
34	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19	4	3	3	3	4	17
35	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25

36	4	4	5	4	5	22	5	3	4	5	4	21	5	4	3	4	4	20	4	4	4	4	4	20
37	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
38	4	2	4	4	4	18	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	3	17
39	5	5	5	4	4	23	4	4	5	3	5	21	5	5	4	3	5	22	4	4	4	5	5	22
40	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
41	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	5	24
42	4	3	4	3	4	18	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	4	19	3	3	4	3	3	16
43	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	3	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17
44	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	5	5	4	4	4	22	4	4	5	5	4	22	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	5	22
47	3	5	4	4	3	19	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
49	3	3	3	3	3	15	3	3	4	5	5	20	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	5	21
50	4	4	5	5	4	22	4	5	5	5	4	23	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	21
51	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16	3	3	3	2	2	13
52	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
53	5	4	4	5	5	23	4	5	5	4	4	22	5	5	4	4	5	23	4	5	5	4	4	22
54	3	4	5	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	4	22	4	4	4	4	4	20

55	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	4	23	5	4	5	4	5	23
56	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	5	23
57	4	5	5	5	4	23	5	4	5	4	4	22	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23
58	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22
59	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	5	24	5	4	4	3	5	21
60	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	3	23	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	5	23
61	5	5	4	4	5	23	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	4	21	5	3	5	5	4	22
62	4	5	5	4	4	22	5	4	4	5	3	21	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	4	23
63	5	4	4	4	5	22	3	4	4	5	3	19	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	5	24
64	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	5	23	4	4	5	5	4	22	5	3	4	4	5	21
65	5	5	4	4	5	23	4	5	5	4	3	21	5	5	4	4	4	22	5	4	4	3	5	21
66	5	4	4	5	5	23	5	5	4	5	4	23	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	4	22
67	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	3	22	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23
68	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	5	23
69	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23
70	4	4	5	4	4	21	4	5	4	4	3	20	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	4	21
71	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	3	4	4	21
72	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	4	23
73	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	3	20	4	4	5	5	5	23	4	4	5	4	4	21

74	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	4	22	5	3	4	4	4	20
75	4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	3	22	5	5	4	4	4	22	5	4	4	3	4	20
76	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	3	21	4	4	4	5	5	22	4	3	4	4	4	19
77	4	5	5	4	5	23	5	5	4	4	3	21	5	4	4	5	5	23	4	4	4	3	4	19
78	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	3	19	5	4	4	5	4	22	4	3	4	4	4	19
79	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	5	4	4	4	4	21
80	5	5	5	4	5	24	4	5	4	4	3	20	4	5	4	4	4	21	5	3	4	5	5	22
81	4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	3	21	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	4	22
82	5	5	5	5	3	23	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	5	24	4	3	4	4	4	19
83	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	3	21	4	4	5	4	4	21	3	4	4	5	4	20
84	5	4	4	4	5	22	4	4	5	5	3	21	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	3	21
85	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	3	20	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	3	21
86	5	5	4	5	5	24	4	4	4	4	5	21	5	5	4	5	4	23	4	3	4	4	3	18
87	5	5	3	4	5	22	4	4	4	4	3	19	4	5	4	5	5	23	5	3	5	5	5	23
88	5	4	4	5	4	22	4	4	3	4	3	18	5	5	4	4	4	22	5	3	4	4	4	20
89	4	4	3	5	4	20	5	5	5	4	3	22	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	3	20
90	4	5	4	4	4	21	4	3	4	5	4	20	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	3	22
91	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22	5	4	5	5	3	22
92	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	3	20	4	4	5	4	5	22	5	5	4	3	4	21

93	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	4	21	4	5	5	4	4	22	4	3	4	4	4	19
94	4	4	3	5	4	20	4	5	5	5	3	22	4	4	5	4	5	22	5	3	4	4	3	19
95	5	4	4	5	5	23	5	3	4	4	3	19	5	5	5	4	5	24	4	4	5	3	4	20
96	4	5	3	4	3	19	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	5	24	4	3	4	4	4	19
97	5	5	4	5	5	24	5	5	4	4	3	21	5	5	4	5	5	24	5	3	4	4	4	20
98	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	3	22	5	5	4	4	4	22	5	5	3	4	4	21
99	5	5	5	4	5	24	4	4	4	5	3	20	4	4	5	4	5	22	5	3	5	3	4	20
100	4	5	4	4	3	20	5	4	5	3	4	21	4	5	3	5	4	21	5	4	5	4	5	23

J E M B E R

Lampiran 4

SURAT IZIN PENELITIAN



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: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- /Un.22/7.a/PP.00.9/03/2025
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

19 Maret 2025

Kepada Yth.

Kapala BSI KCP Jember Gajah Mada
 Jl. Gajah Mada no. 337, Kaliwates Jember

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Finda Desi Lutfiana
 NIM : 211105010040
 Semester : VII (Delapan)
 Jurusan : Perbankan Syariah
 Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh *Convenience, Customer Enjoyment, Ease Of Use* Terhadap Minat Penggunaan Berulang *Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking* Pada Nasabah Generasi Z di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu



lampiran 5

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN


**BANK SYARIAH
INDONESIA**
PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk
KCP Jember Gajah Mada
Jl. Gajah Mada Kel. Kaliwates
Kec. Kaliwates Kab. Jember
Telp. 0331-489500
www.bankbsi.co.id

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dini Saraswati Aprilia

Jabatan : BOSM

Menerangkan bahwa:

Nama : Finda Desi Lutfiana

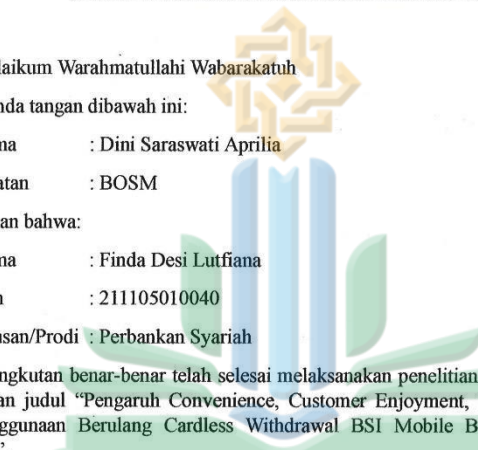
Nim : 211105010040

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Yang bersangkutan benar-benar telah selesai melaksanakan penelitian pada bulan September 2024 dengan judul "Pengaruh Convenience, Customer Enjoyment, Ease of Use Terhadap Minat Penggunaan Berulang Cardless Withdrawal BSI Mobile Banking Pada Nasabah Generasi Z".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sepenuhnya. Terimakasih

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh


KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 02 Juni 2025

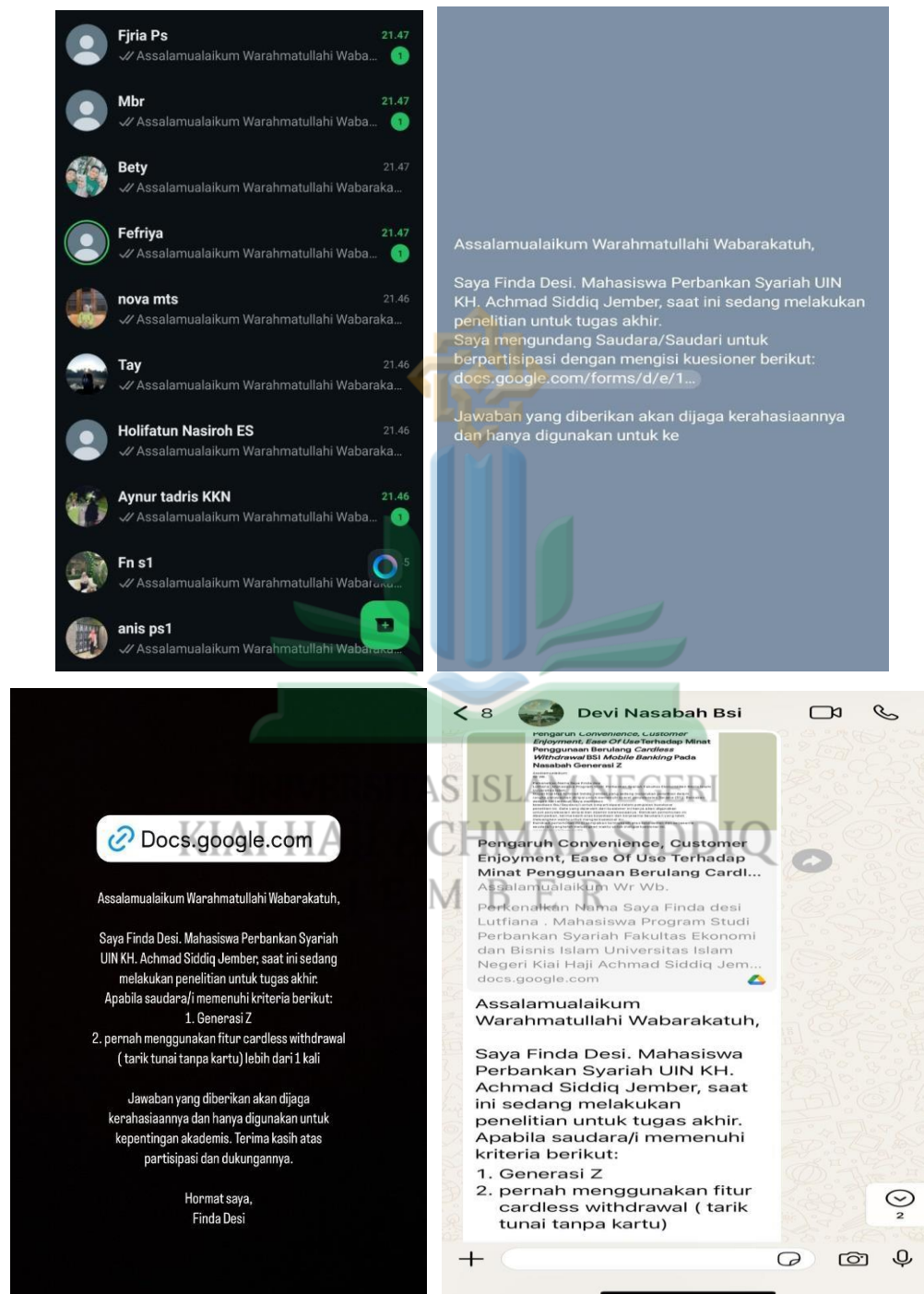


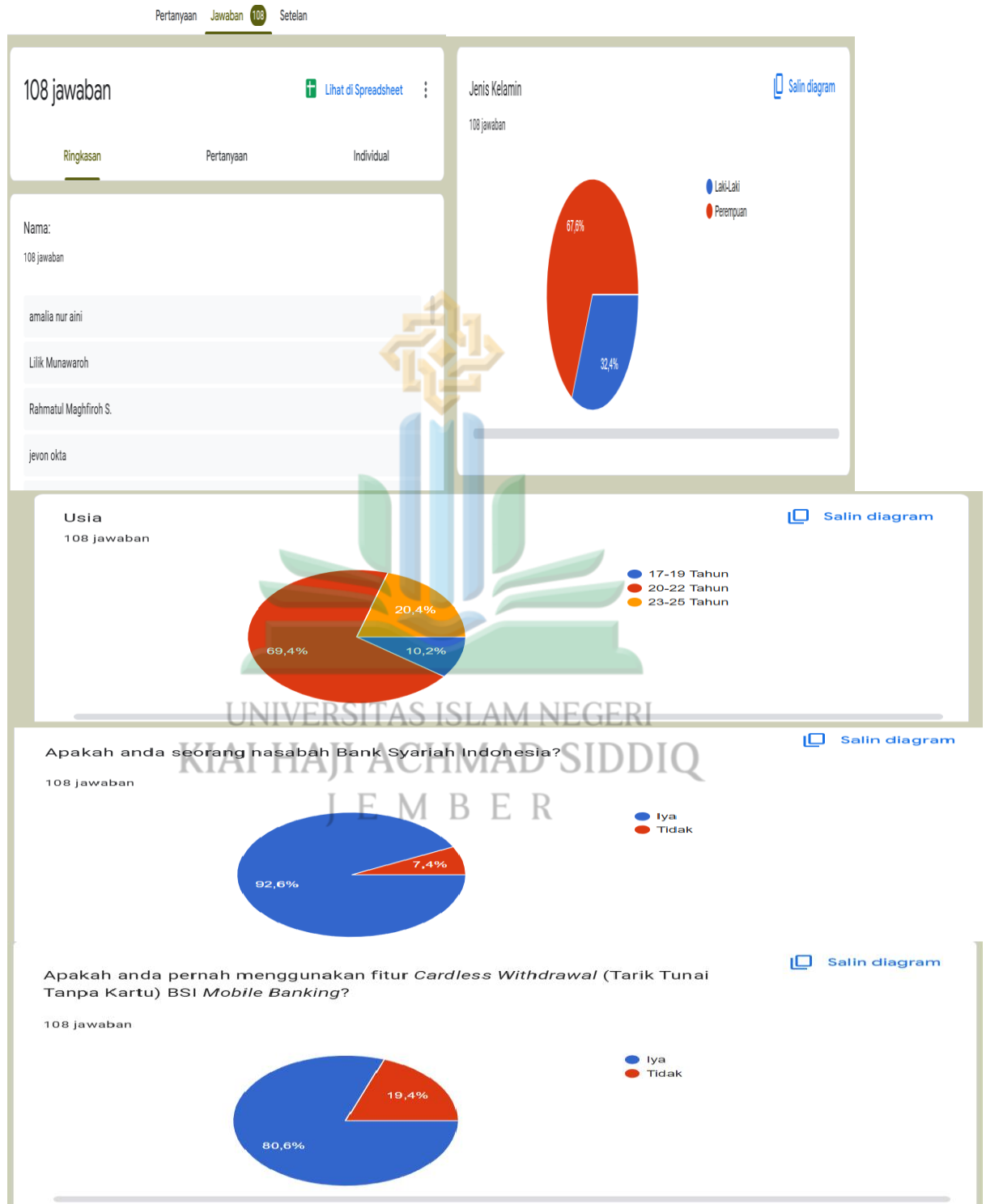

BANK SYARIAH
INDONESIA
KCP Jember Gajah Mada

Dini Saraswati Aprilia

BOSM

Lampiran 7 : Dokumentasi Penyebaran Kuesioner

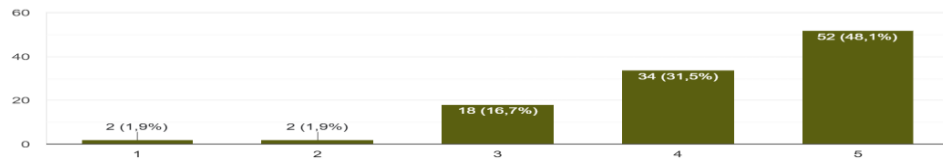




Saya merasa fitur *Cardless Withdrawal* BSI *Mobile Banking* mudah diakses kapan saja dan di mana saja.

[Salin diagram](#)

108 jawaban



Saya tidak perlu membawa kartu ATM untuk menarik uang, sehingga lebih praktis.

[Salin diagram](#)

108 jawaban



Cardless Withdrawal menghemat waktu dibandingkan dengan metode penarikan tunai lainnya.

[Salin diagram](#)

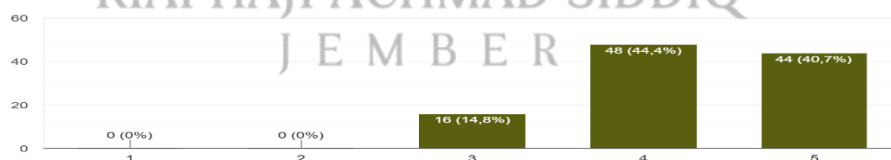
108 jawaban



Proses penarikan uang menggunakan fitur ini lebih cepat dan efisien.

[Salin diagram](#)

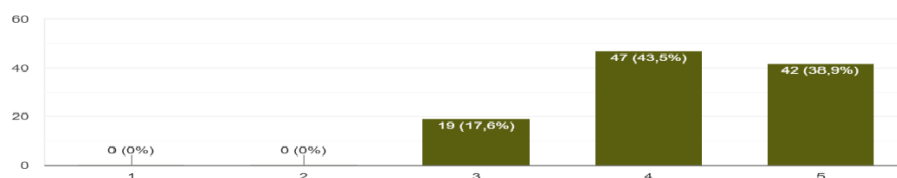
108 jawaban



Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan fitur *Cardless Withdrawal*

[Salin diagram](#)

108 jawaban



Lampiran 8 : Output SPSS Diskripsi Responden Berdasarkan Jenis Klelamin, Usia, Seberapa Sering Penggunaan dan statistik Deskriptif.

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	36	36.0	36.0	36.0
Perempuan	64	64.0	64.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-19 Tahun	9	9.0	9.0	9.0
20-22 tahun	69	69.0	69.0	78.0
23-25 Tahun	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Convenience	100	17.08	25.84	21.8280	2.15435
Customer Enjoyment	100	17.00	25.00	21.4200	1.89726
Ease of Use	100	15.00	25.00	21.7700	1.98914
Minat Penggunaan Berulang	100	13.00	25.00	21.1500	2.43864
Valid N (listwise)	100				

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	13	13.0	13.0	14.0
4	33	33.0	33.0	47.0
5	53	53.0	53.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.0	1.0	1.0
3	11	11.0	11.0	12.0
4	44	44.0	44.0	56.0
5	44	44.0	44.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	42	42.0	42.0	53.0
	5	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.0	7.0	7.0
	4	49	49.0	49.0	56.0
	5	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	10	10.0	10.0	11.0
	4	47	47.0	47.0	58.0
	5	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	47	47.0	47.0	58.0
	5	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.0	15.0	15.0
	4	46	46.0	46.0	61.0
	5	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	9.0	9.0	9.0
	4	49	49.0	49.0	58.0
	5	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	6	6.0	6.0	7.0
	4	43	43.0	43.0	50.0
	5	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	32	32.0	32.0	33.0
	4	39	39.0	39.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.0	7.0	7.0
	4	46	46.0	46.0	53.0
	5	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	9.0	9.0	9.0
	4	46	46.0	46.0	55.0
	5	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	9.0	9.0	9.0
	4	53	53.0	53.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	5	5.0	5.0	6.0
	4	53	53.0	53.0	59.0
	5	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	9.0	9.0	9.0
	4	43	43.0	43.0	52.0
	5	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	24.0	24.0	24.0
	4	45	45.0	45.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.0	8.0	9.0
	4	53	53.0	53.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	15	15.0	15.0	17.0
	4	45	45.0	45.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	14	14.0	14.0	15.0
	4	47	47.0	47.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Uji Validitas Variabel *Convenience* (X1)**Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1
X1_1	Pearson Correlation	1	.420**	.147	.427**	.352**	.729**
	Sig. (2-tailed)		.000	.145	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	.420**	1	.228*	.398**	.314**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000		.022	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	.147	.228*	1	.142	.276**	.505**
	Sig. (2-tailed)	.145	.022		.159	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	.427**	.398**	.142	1	.356**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.159		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	.352**	.314**	.276**	.356**	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.006	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.729**	.720**	.505**	.685**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas Variabel *Customer Enjoyment* (X2)

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2
X2_1	Pearson Correlation	1	.318**	.282**	.264**	.249*	.653**
	Sig. (2-tailed)		.001	.004	.008	.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_2	Pearson Correlation	.318**	1	.366**	.247*	.120	.636**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.013	.235	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_3	Pearson Correlation	.282**	.366**	1	.279**	.262**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.005	.009	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_4	Pearson Correlation	.264**	.247*	.279**	1	.208*	.612**
	Sig. (2-tailed)	.008	.013	.005		.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2_5	Pearson Correlation	.249*	.120	.262**	.208*	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.013	.235	.009	.037		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.653**	.636**	.669**	.612**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas Variabel *Ease Of Use* (X3)

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3
X3_1	Pearson Correlation	1	.395**	.272**	.206*	.324**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.039	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_2	Pearson Correlation	.395**	1	.316**	.110	.221*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.276	.027	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_3	Pearson Correlation	.272**	.316**	1	.078	.315**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.439	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_4	Pearson Correlation	.206*	.110	.078	1	.318**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.039	.276	.439		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3_5	Pearson Correlation	.324**	.221*	.315**	.318**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.001	.027	.001	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.690**	.649**	.624**	.534**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Uji Validitas Variabel Minat Penggunaan Berulang (Y)

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y
Y_1	Pearson Correlation	1	.278**	.288**	.216*	.398**	.613**
	Sig. (2-tailed)		.005	.004	.031	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	.278**	1	.418**	.334**	.312**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.005		.000	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	.288**	.418**	1	.461**	.384**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	.216*	.334**	.461**	1	.384**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.031	.001	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	.398**	.312**	.384**	.384**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.613**	.686**	.729**	.708**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Output SPSS Uji Reliabilitas

Convenience (X1) Reliability Statistics <table> <tr> <td>Cronbach's Alpha</td><td>N of Items</td></tr> <tr> <td>.691</td><td>5</td></tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.691	5	Customer Enjoyment (X2) Reliability Statistics <table> <tr> <td>Cronbach's Alpha</td><td>N of Items</td></tr> <tr> <td>.628</td><td>5</td></tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.628	5
Cronbach's Alpha	N of Items								
.691	5								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.628	5								
Ease Of Use (X3) Reliability Statistics <table> <tr> <td>Cronbach's Alpha</td><td>N of Items</td></tr> <tr> <td>.632</td><td>5</td></tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.632	5	Minat Penggunaan Berulang (Y) Reliability Statistics <table> <tr> <td>Cronbach's Alpha</td><td>N of Items</td></tr> <tr> <td>.726</td><td>5</td></tr> </table>	Cronbach's Alpha	N of Items	.726	5
Cronbach's Alpha	N of Items								
.632	5								
Cronbach's Alpha	N of Items								
.726	5								

Output Uji Asumsi Kalsik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68369121
Most Extreme Differences	Absolute	.152
	Positive	.072
	Negative	-.152
Test Statistic		.152
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Convenience	.541	1.848
	Customer Enjoyment	.694	1.442
	Ease of Use	.558	1.793

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Berulang

Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.235	1.455		2.223	.029
	Convenience	-.076	.070	-.147	-1.090	.279
	Customer Enjoyment	.088	.070	.149	1.257	.212
	Ease of Use	-.102	.075	-.180	-1.360	.177

a. Dependent Variable: ABS_res

Lampiran 9: Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.219	2.253		.541	.590
	Convenience	.320	.108	.283	2.953	.004
	Customer Enjoyment	.391	.109	.304	3.598	.001
	Ease of Use	.852	.116	.695	7.362	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Berulang

Output SPSS Uji Hipotesis Uji Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.219	2.253		.541	.590
Convenience	.320	.108	.283	2.953	.004
Customer Enjoyment	.391	.109	.304	3.598	.001
Ease of Use	.852	.116	.695	7.362	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Berulang

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.103	3	102.701	35.131	.000 ^b
	Residual	280.647	96	2.923		
	Total	588.750	99			

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan Berulang

b. Predictors: (Constant), Ease of Use, Customer Enjoyment, Convenience

Output SPSS Uji Koefisien Determinasi ((R²))

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.523	.508	1.70980

a. Predictors: (Constant), Ease of Use, Customer Enjoyment, Convenience

Tabel r

Tabel r untuk df = 51-100					
df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	r 0,005	r 0,05	r 0,025	r 0,01	r 0,001
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
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

Lampiran 9

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI



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**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Finda Desi Lutfiana
NIM : 211105010040
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : PENGARUH CONVENIENCE, CUSTOMER
ENJOYMENT, EASE OF USE TERHADAP MINAT
PENGUNAAN BERULANG CARDLESS
WITHDRAWAL BSI MOBILE BANKING PADA
NASABAH GENERASI Z.

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 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Mei 2025
Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Lampiran 10

SURAT KETERANGAN SELESAI BIMBINGAN



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://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Finda Desi Lutfiana

NIM : 211105010040

Semester : VIII

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 26 Mei 2025
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah,

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Ana Pratiwi, M.S.A.
NIP.198809232019032003



Lampiran 11

SURAT KETERANGAN NASKAH SKRIPSI



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: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

**SURAT KETERANGAN**

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Finda Desi Lutfiana
 NIM : 211105010040
 Program Studi/Fakultas : Perbankan Syariah
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)	✓	
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 26 Mei 2025
 Pembimbing

Nadia Azalia Putri, M.M
 NIP. 199403042019032019



Lampiran 12

BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Finda Desi Lutfiana

NIM : 211105010040

Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 04 Desember 2002

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Alamat : Jl Tawang Mangu 133, Tegal Gede,
Kec Sumbersari, Kabupaten Jember

Email : findadesi4@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. SDN Tegal Gede 01 (2009-2015)
2. MTs Nuris (2015-2018)
3. MAN 2 Jember (2018-2021)
4. UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember (2021-2025)