

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TEKNOLOGI
INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP
PENGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* DI BRI
SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah



Oleh:

MIDA WIJAYANTI
NIM. E20151113

Dosen Pembimbing

Agung Parmono, SE., M.Si
NIP. 197512162009121002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
2020**

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TEKNOLOGI
INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP
PENGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* DI BANK
SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI**

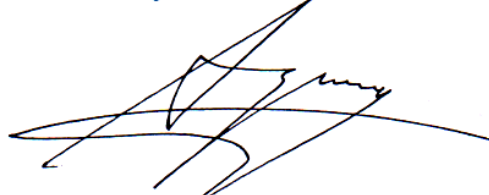
SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh:

MIDA WIJAYANTI
NIM. E20151113

Disetujui Pembimbing



Agung Parmono, SE., M.Si
NIP. 197512162009121002

**PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TEKNOLOGI
INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP
PENGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* DI BRI
SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI**

SKRIPSI

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

Hari : Kamis

Tanggal : 30 April 2020

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Muhammad Saiful Anam, M.Ag
NIP. 197111142003121002

Mashudi, M.EI
NUP. 201603134

Anggota:

1. Dr. H. Abdul Wadud, Lc. M.E.I ()
2. Agung Parmono, SE,. M.Si ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si.
NIP. 196808072000031001

MOTTO

“ Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang paling bermanfaat untuk
sesamanya ”.

(Nabi Muhammad)

“ Jika kalian berbuat baik, sesungguhnya kalian berbuat baik bagi diri kalian
sendiri ”.

(QS. Al-Isra':7)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayahanda Sri Widodo dan Ibunda Hartini tercinta, semoga Allah Swt membalas kebaikan beliau dalam membimbing, mengarahkan, memberikan bantuan finansial dalam menyelesaikan skripsi ini serta selalu ada setiap penulis membutuhkannya.
2. Kakak kandung Fitri Nur Aini dan kakak ipar Fajar Budiwaskito, serta adik kandung Dyah Wahyu Palupi tersayang, dan juga keluarga besar yang selalu memberi semangat, stimulus dan motivasi kepada penulis.
3. Teman terbaikku dari SMA, Muhammad Faris Ghifari yang selalu ada dan selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Sahabat-sahabatku, Lugri, Intan, Asidah, Liyan, Jannah, Datin, Aziz, Wulan, Rakasiwi, Indah, Firsya, Deby yang selalu memberi semangat dan menghibur saat jenuh mengerjakan skripsi ini.
5. Keluarga Perbankan Syariah 3 angkatan 2015 seperjuangan yang selalu menemani dan memberi semangat dari awal sampai akhir.
6. Keluarga besar Organisasi Daerah Ikatan Mahasiswa Metropolitan Barat yang sudah menjadi saudara di tanah rantauan dan selalu memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Almamater IAIN Jember dan Civitas Akademik, terima kasih atas wadah yang diberikan selama peneliti menimba ilmu.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillah, segala puji syukur mari kita panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI.**

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan saran, bimbingan serta bantuan baik langsung maupun tidak langsung dalam berbagai penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE., MM selaku Rektor IAIN Jember yang telah mendukung dan memfasilitasi kami selama proses kegiatan pembelajaran di lembaga ini.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Jember yang telah memberikan izin dan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
3. Ibu Nurul Setianingrum, SE., MM selaku ketua program studi Perbankan Syariah yang telah banyak memberikan fasilitas untuk belajar.
4. Bapak Agung Parmono, SE., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah memotivasi, memberikan arahan dan bimbingan dengan sabar dan

telaten, serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran penulisan skripsi ini.

5. Bapak Adhitya Sisno Prabowo selaku Pimpinan Cabang BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang telah memberikan izin dan kesempatan penelitian di BRI Syariah KC Banyuwangi.
6. Bapak Hari Cahyono selaku MO di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang telah banyak membantu pada saat penelitian.
7. Para dosen, Staf dan Civitas Akademika, atas segala bantuannya kepada penulis baik langsung atau tidak langsung dalam proses penyelesaian studi di IAIN Jember, serta kesabaran dalam mendidik selama proses perkuliahan semoga menjadi berkah bagi penulis.

Besar harapan skripsi ini dapat memberikan kontribusi yang positif bagi pihak-pihak yang memberikan bantuan kepada penulis terutama rekan-rekan mahasiswa perbankan syariah.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah Bapak/Ibu dan teman-teman berikan kepada penulis mendapat balasan yang baik dari Allah. Aamiin.

Jember, 18 Februari 2020

Penulis

Mida Wijayanti

ABSTRAK

Mida Wijayanti, Agung Parmono, SE., M.Si, 2020: *Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.*

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya faktor yang mempengaruhi nasabah dalam menggunakan aplikasi mobile banking diantaranya adalah persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan. Persepsi teknologi informasi adalah persepsi individu bahwa teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasiannya. Fitur layanan merupakan salah satu hal yang penting dalam menarik perhatian nasabah menggunakan suatu produk yang diunggulkan. *Mobile banking* atau biasa disebut *m-banking* adalah fasilitas yang disediakan oleh perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Tujuan dari penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis persepsi nasabah tentang teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi. 2) Untuk menganalisis fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi. 3) Untuk menganalisis persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi secara simultan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian survei yang dilakukan di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi. Populasi meliputi seluruh nasabah bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang menggunakan aplikasi *mobile banking*. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Purba dalam penelitian Haqiqi di dapat 96 responden dan dibulatkan menjadi 100 responden yang menggunakan aplikasi *mobile banking* dengan teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket serta analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Variabel persepsi teknologi informasi diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 1,939 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. 2) Variabel fitur layanan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,456 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*. 3) Variabel persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Kata kunci : persepsi teknologi informasi, fitur layanan, *mobile banking*.

ABSTRACT

Mida Wijayanti, Agung Parmono, SE., M.Si, 2020: *The Influence of Customer Perceptions About Information Technology and Service Features on the Use of Mobile Banking Applications at BRI Syariah Banyuwangi Branch Office.*

This research is motivated by factors influencing customers in using the mobile banking application, including customer perceptions about information technology and service features. Information technology perception is the individual's perception that the information technology used does not require a large effort at the time of operation. Service features are one of the important things in attracting the attention of customers using a superior product. Mobile banking or commonly called m-banking is a facility provided by banks through mobile communications such as mobile phones. The purpose of this study are: 1) To analyze customer perceptions about information technology on the use of mobile banking applications at BRI Syariah Banyuwangi Branch Office. 2) To analyze service features for the use of the mobile banking application at BRI Syariah Banyuwangi Branch Office. 3) To analyze customer perceptions about information technology and service features on the use of mobile banking applications at BRI Syariah Banyuwangi Branch Offices simultaneously.

This study uses a quantitative approach to the type of survey research conducted at BRI Syariah Banyuwangi Branch Office. The population includes all BRI Syariah Bank Banyuwangi Branch Office customers who use the mobile banking application. Determination of the number of samples using the Purba formula in the Haqiqi study obtained 96 respondents and rounded up to 100 respondents using a mobile banking application with sample collection techniques using purposive sampling techniques. Data collection techniques using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis.

The results of this study indicate that: 1) Information technology perception variable obtained by t_{hitung} of 1.939 is greater than t_{tabel} of 1.661. This shows that the variable perception of information technology has a positive effect on the use of mobile banking applications. 2) Variable of service features obtained by t_{hitung} of 4.456 is greater than t_{tabel} of 1.661. This shows that the service feature variable has a positive effect on the use of the mobile banking application. 3) Variable perceptions of information technology and service features together or simultaneously affect the use of mobile banking applications.

Keywords: information technology perception, service features, mobile banking.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat penelitian.....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian.....	11
F. Definisi Operasional.....	12
G. Hipotesis.....	13
H. Metode Penelitian.....	15
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	16
2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	16
3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	18

4. Analisis Data	20
a. Uji Kualitas Instrumen	20
1) Uji Validitas	21
2) Uji Reliabilitas	21
b. Uji Asumsi Klasik	22
1) Uji Normalitas	22
2) Uji Multikolonieritas	23
3) Uji Heteroskedastisitas	23
4) Regresi Linier Berganda	24
5) Uji T	25
6) Uji F	27
I. Sistematika Pembahasan	28
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	30
A. Penelitian Terdahulu	30
B. Kajian Teori	40
1. Persepsi Teknologi Informasi	39
2. Fitur Layanan	47
3. <i>Mobile Banking</i>	49
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	51
A. Gambaran Obyek Penelitian	51
1. Sejarah BRI Syariah	51
2. Visi Misi BRI Syariah	53
3. Struktur Organisasi BRI Syariah KC Banyuwangi	56

4. Layanan MobileBRIS	59
B. Penyajian Data.....	65
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	68
D. Pembahasan.....	78
BAB IV PENUTUP ATAU KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan.....	80
B. Saran-saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
Pernyataan Keaslian Tulisan	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Tabel Perkembangan Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2009-2018	2
1.2	Tabel Pengguna <i>Mobile Banking</i> BRI Syariah.....	6
2.1	Tabel Penelitian Terdahulu	35
3.1	Tabel Jenis Transaksi Financial	64
3.2	Tabel Operating System	65
3.3	Tabel Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
3.4	Tabel Responden Berdasarkan Usia.....	66
3.5	Tabel Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
3.6	Tabel Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Nasabah Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	68
3.7	Tabel Uji Validitas Persepsi Teknologi Informasi.....	69
3.8	Tabel Uji Validitas Fitur Layanan	70
3.9	Tabel Uji Validitas Penggunaan <i>Mobile Banking</i>	70
3.10	Tabel Uji Reliabilitas	71
3.11	Tabel Uji Multikolonieritas	73

3.12	Tabel Uji Regresi Linier Berganda	75
3.13	Tabel Koefisien Determinasi.....	76
3.14	Tabel Uji T	76
3.15	Tabel Uji F	77



DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal.
3.1	Struktur Organisasi BRI Syariah KC Banyuwangi	58
3.2	Histogram	72
3.3	Normal P-P Plot	73
3.4	Uji Heteroskedastisitas	74



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan perekonomian di Indonesia semakin lama semakin pesat, terlebih dalam perekonomian syariah juga menunjukkan perkembangan yang lebih meningkat. Hal ini juga ditunjukkan pada dunia perbankan syariah yang mana salah satunya juga mengalami perkembangan yang pesat. Adapun upaya yang dilakukan untuk mendorong pengembangan bank syariah adalah dengan memperhatikan seluruh masyarakat Indonesia, terlebih kaum muslim yang ada di Indonesia. Sebab, masyarakat tak hanya kaum muslim tetapi juga non muslim yang tertarik dengan dunia perbankan syariah juga menantikan sistem-sistem perbankan syariah yang sehat dan dipercaya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah untuk mendukung kebutuhan masyarakat dengan pelayanan-pelayanan yang terlebih sesuai dengan diberlakukannya UU Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan.¹

IAIN JEMBER

¹ Kasmir, *Dasar Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2012), 24.

Tabel 1.1
Perkembangan Lembaga Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2012-2018²

Indikator	Periode						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
BUS	1.756	2.009	2.163	1.990	1.869	1.825	1.868
UUS	541	613	320	311	332	347	347
BPRS	559	565	276	283	287	274	289
Asset (miliar Rp)	195.018	195.018	272.343	269.262	356.504	424.181	451.202
DPK (miliar Rp)	147.512	147.512	217.859	231.175	279.333	334.888	354.421

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2012-2018)

Selain itu, perkembangan teknologi dalam informasi juga mengalami peningkatan yang pesat. Hal ini disebabkan bahwa dunia perbankan sangat memperhatikan peran teknologi informasi, terutama dalam sistem *computerize* yang mana memberikan transaksi yang ada di dunia perbankan.³ Sehingga secara signifikan teknologi informasi juga mampu mempengaruhi eksistensi industri jasa, baik perusahaan berskala besar, menengah, maupun kecil. Dengan kata lain saat teknologi informasi mengalami perkembangan, secara tidak langsung tenaga kerjanya juga bertambah sebagai akibat adanya perkembangan penduduk, pengalaman kerja, dan juga dari segi pendidikanpun juga mempengaruhi tingkat keterampilan mereka.⁴

Teknologi yaitu bagian komponen informasi yang sangat mendukung kelancaran dan kecepatan. Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa komponen teknologi dewasa ini memegang peranan yang sangat strategis dan menguntungkan. Banyak sekali perusahaan dengan mendukung teknologi

² <https://ojk.go.id>

³ Budi Agus Riswandi, *Aspek Hukum Internet Banking* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), 21.

⁴ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 9.

informasi yang canggih dan didukung oleh sumber daya yang handal sehingga kecepatan dan keakuratan informasi yang disampaikan semakin cepat dan tepat digunakan.⁵

Maka harapan dari konsumen yang tinggi dan berubah-ubah terhadap suatu yang akan diperolehnya dengan jasa aktual yang diperoleh menjadi ukuran bagi tingkat pelayanan dari berbagai perusahaan jasa, terutama di dunia perbankan. Hal ini disebabkan karena dunia perbankan memiliki peran yang penting dalam perekonomian suatu negara. Semakin baik kondisi dari suatu negara, maka semakin baik juga kondisi perekonomian suatu negara.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi yang dialami saat ini, menyebabkan terjadinya pergeseran budaya di era globalisasi yang ada di Indonesia. Maka dengan itu, mengakibatkan munculnya aplikasi bisnis dalam dunia perbankan berbasis *Mobile Banking* atau yang sering terdengar adalah *M-Banking*. Bagi nasabah, *mobile banking* menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi melalui perangkat *handphone* dengan bantuan aplikasi pihak ketiga yaitu aplikasi *mobile banking* itu sendiri yang lebih praktis hanya perlu membuka aplikasi *mobile banking* di *handphone* dan semua fitur sudah tersedia serta tidak perlu juga membeli token terlebih dahulu untuk melakukan transaksi. Berbeda dengan *internet banking*, walaupun bisa diakses melalui berbagai *gadget* seperti laptop, tablet, atau HP tetapi tidak praktis dalam penggunaannya karena terlebih dahulu harus mengisi token sebelum melakukan transaksi perbankan. Selain itu, *internet banking*

⁵ M. Faisal, *Sistem Informasi Manajemen* (Malang: UIN Malang Press, 2008), 53.

juga rentan terhadap pencurian data meskipun memiliki sistem perlindungan yang berlapis. Pencurian data ini biasanya dilakukan lewat teknik phising yang sulit untuk dikenali oleh orang awam.

Salah satu faktor yang mempengaruhi nasabah pada suatu penggunaan yaitu persepsi teknologi informasi. Persepsi nasabah dalam memandang teknologi informasi semakin baik, hal ini di tandai dengan sistem yang kemudian dianggap memberikan manfaat dalam membantu perusahaan secara internal dan eksternal. Persepsi nasabah terhadap sistem layanan perbankan *mobile banking* ini merupakan hal yang penting, sebab di sisi lain semua bank yang ada di Indonesia juga menawarkan berbagai jenis layanan *m-banking* sebagai produk andalan untuk menarik minat nasabah.

Persepsi merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap rangsangan tersebut. Oleh sebab itu, perubahan persepsi itu juga harus dibangun melalui pengalaman konsumen. Meskipun komunikasi pemasaran berperan penting dalam mempengaruhi cara berpikir konsumen, langkah yang paling berarti untuk mengubah persepsi konsumen adalah dengan mengubah pengalaman terhadap produk-produk yang mengusung merk tertentu.

Selain persepsi teknologi informasi, faktor lain yang mempengaruhi nasabah untuk menggunakannya adalah fitur layanan. Fitur layanan merupakan hal yang juga dipertimbangkan konsumen dalam membeli sebuah produk. Konsumen akan selalu menyesuaikan fitur yang dimiliki produk

dengan harga yang ditawarkan.⁶ Fitur produk merupakan alat yang kompetitif untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing.

Melihat kondisi seperti ini, dari pihak bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi menawarkan produk dengan berbagai kemudahan kepada nasabah ketika ingin mengetahui tentang informasi layanan 24 jam dengan cara melakukan pembuatan *mobile banking* setelah melakukan pembukaan rekening dan memiliki identitas penduduk (KTP).⁷ Selain itu juga, dari pihak bank juga menerapkan strategi pengenalan suatu produk dengan cara memeberikan edukasi dan pengenalan tentang teknologi informasi dan juga fitur yang ada didalam layanan tersebut. Maka dengan itu pihak bank mengeluarkan produk *mobile banking* dengan nama mobileBRIS yang bisa di akses oleh semua nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

MobileBRIS adalah layanan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat *mobile* seperti telepon seluler/handphone menggunakan media menu pada aplikasi mobileBRIS dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media *Short Message Service* (SMS) secara aman dan mudah.⁸ Layanan ini bisa diunduh melalui playstore dengan nama BRIS Online. Selain mempermudah nasabah untuk melakukan transaksi perbankan, seperti transfer sampai pembayaran zakat, infaq, dan shodaqoh, juga diperkaya dengan motivasi

⁶ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), 349.

⁷ (<https://www.brisyariah.co.id>).

⁸ <https://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>

islami dengan aplikasi *mobile*-nya dengan menambahkan menu lokasi masjid.⁹ BRIS sendiri terus memperbarui aplikasi layanan berbasis *mobile* tersebut salah satunya yaitu menjalin kolaborasi perusahaan dengan sejumlah penyedia jasa Gojek Indonesia milik PT Aplikasi Karya Anak Indonesia, Tokopedia, OVO, Paytren demi memperkuat layanan IT.¹⁰

Selain itu BRI Syariah juga tidak pernah lepas dari berbagai prestasi yang telah dicapai, diantaranya meraih peringkat ke-1 kategori *The Most Efficient Bank & The Most Rebiable Bank* pada *Indonesian Banking Award 2017* yang merupakan kali kedua bagi BRI Syariah setelah tahun sebelumnya juga mendapatkan penghargaan yang sama.¹¹

Tabel 1.2
Pengguna Mobile BRIS di Indonesia

Keterangan	2016	2017	2018
Pengguna	204.276	241.214	314.442
Volume Transaksi (Milyar)	1.348	2.338	4.049

Sumber: Annual Report 2018 Bank BRI Syariah

Akan tetapi walaupun dari pihak BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi sudah menawarkan *produk* layanan aplikasi *mobile banking* untuk bisa diakses selama 24 jam dengan berbagai kemudahan, namun pada kenyataannya terkadang atau bahkan juga sering masih mengalami gangguan pada sistem teknologi informasi serta pada fitur layanan *mobile banking* itu

⁹<https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/19/10/14/bri-syariah-perkuat-digital-banking-bernama-bris-online>

¹⁰<https://www.dream.co.id/dinar/penuhi-kebutuhan-masyarakat-brisyariah-perkuat-teknologi-191014j.html>

¹¹ Lutvi Adi Prasetyo, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Teknologi Informasi, Fitur layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISA, 2019), 3.

sendiri. Seperti contoh ketika nasabah mengaksesnya terlalu malam, maka aplikasi *mobile banking* saat itu bisa mengalami *error* dan biasanya juga muncul layanan tidak tersedia. Meskipun dari teknologi informasi dan fitur layanan yang sudah diberikan terkadang membuat nasabah kecewa dan merasa dari kualitasnya masih rendah sehingga belum terpenuhinya harapan dari nasabah, namun dari nasabah yang sudah menggunakan aplikasi *mobile banking* BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi walaupun tidak semua masih tetap merasa dipermudah dalam proses transaksinya dan tersedianya kebutuhan yang diinginkan oleh nasabahnya. Sehingga dari adanya kekurangan yang ada di dalam layanan aplikasi *mobile banking*, maka dari itu pihak BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi berupaya untuk terus memperbaiki fasilitas-fasilitas dari *mobile banking* itu sendiri agar semua nasabah yang menggunakan aplikasi *mobile banking* BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi merasa puas dan selalu ingin menggunakan kembali produk layanan *mobile banking* ini.

Dengan demikian, berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas penulis merasa tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang “PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG TEKNOLOGI INFORMASI DAN FITUR LAYANAN TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING* DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?
2. Apakah fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?
3. Apakah persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian yang harus mengacu dan konsisten dengan masalah-masalah yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah.¹² Maka tujuan dari penelitian ini dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah tentang teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *m-banking* di BRI Syariah KC Banyuwangi.
2. Untuk menganalisis pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *m-banking* di BRI Syariah KC Banyuwangi.

¹² Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 37.

3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *m-banking* di BRI Syariah KC Banyuwangi secara simultan.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian, baik bersifat teoritis maupun praktis.¹³ Adapun manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terhadap masalah yang akan diteliti. Khususnya mengenai Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi, dan juga dapat digunakan sebagai referensi atau rujukan baik lain untuk pengembangan ilmu pengetahuan mengenai bidang perbankan bagi yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan informasi kepada bank syariah untuk meningkatkan mutu perbankan.

Dan juga dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi manajemen untuk melakukan kebijakan ataupun keputusan

¹³ Ibid., 38.

dimasa mendatang serta dapat digunakan sebagai barometer untuk meningkatkan nasabah dan profitabilitas BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

b. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, serta bahan masukan kepada penulis untuk meningkatkan pengetahuan tentang layanan aplikasi *mobile banking*, dan diharapkan menjadi bahan dalam menambah wawasan di bidang perbankan.

c. Bagi Akademisi IAIN Jember

Penelitian ini dapat menambah kepustakaan IAIN Jember, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Perbankan Syariah dan juga dapat digunakan sebagai bahan rujukan atau perbandingan dalam penelitian-penelitian selanjutnya.

d. Bagi Masyarakat Luas

Dapat menambah wawasan serta pengetahuan masyarakat tentang lembaga keuangan syariah, khususnya PT. BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi sebagai alternatif dalam memberikan sosialisasi produk bank syariah khususnya layanan aplikasi *mobile banking*.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada masalah persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁴

a. Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁵ Variabel bebas dalam penelitian ini adalah persepsi nasabah tentang teknologi informasi (X_1) dan fitur layanan (X_2).

b. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁶ Variabel terikat dalam penelitian ini adalah penggunaan aplikasi *mobile banking* (Y).

2. Indikator Variabel

Setelah dari variabel penelitian terpenuhi, maka selanjutnya adalah mengemukakan indikator-indikator penelitian yang merupakan rujukan empiris dari variabel yang diteliti. Indikator-indikator ini kemudian akan dijadikan sebagai dasar dalam membuat butir-butir atau beberapa pertanyaan dalam kuesioner, observasi, maupun wawancara.¹⁷

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

¹⁵ Ibid., 39.

¹⁶ Ibid., 39.

¹⁷ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: IAIN Jember Press, 2015), 38.

Adapun indikator variabel dalam penelitian ini yaitu:

- a. Persepsi teknologi informasi, yaitu:
 - 1) Kecepatan transaksi
 - 2) Efisiensi transaksi
 - 3) Mendukung aktivitas
- b. Fitur layanan, yaitu:
 - 1) Kelengkapan fasilitas transaksi
 - 2) Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan
 - 3) Memenuhi kebutuhan yang beragam
- c. Mobile banking, yaitu:
 - 1) Kemudahan penggunaan
 - 2) Keamanan dalam penggunaan
 - 3) Biaya penggunaan

F. Definisi Operasional

Berdasarkan indikator empiris variabel penelitian, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan definisi operasionalnya. Definisi operasional adalah definisi yang digunakan sebagai pijakan pengukuran secara empiris terhadap variabel penelitian dengan rumusan yang didasarkan pada indikator variabel.¹⁸

¹⁸ Ibid, 38.

Definisi operasional penelitian ini sebagai berikut:

1. Persepsi Teknologi Informasi

Persepsi teknologi informasi merupakan suatu tingkat dimana penggunaan suatu teknologi akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya untuk meningkatkan kinerja.¹⁹

2. Fitur Layanan

Fitur layanan adalah unsur-unsur pokok yang ada pada produk atau jasa yang ditawarkan pada suatu paket layanan atau produk yang dianggap sebagai teknis untuk ditawarkan kepada konsumen.²⁰

3. *Mobile banking*

Mobile banking adalah salah satu layanan jasa bank untuk digunakan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan melalui ponsel ataupun *smartphone*.

G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.²¹

1. Pengaruh persepsi nasabah tentang teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

¹⁹ Riski Aryandi, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI di Kota Purworejo)*, (Skripsi: Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2015), 16.

²⁰ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service* (Yogyakarta: PT Penerbit Andi, 1997), 21.

²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 64.

Davis (1989) persepsi teknologi informasi adalah persepsi individu bahwa teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasian. Keuntungan yang diperoleh dalam memanfaatkan teknologi informasi yaitu menjadikan pekerjaan lebih mudah dan efektif, menambah produktifitas sehingga kinerja meningkat.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Haqiqi (2017) diperoleh bahwa hasil bahwa persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Aryandi (2015) diperoleh hasil bahwa persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking*. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

2. Pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Fitur menurut Kotler dan Armstrong (2007: 206) sebagai sarana kompetitif untuk mendiferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produknya dari produk pesaing. Sebagian besar produk yang ditawarkan dengan fitur berbeda dapat melengkapi fungsi dasar produk.²²

Dari penelitian yang dilakukan oleh Triutami (2016) diperoleh hasil bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap minat ulang nasabah bank

²² Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran 2, edisi kedua belas* (Jakarta: PT Indeks, 2007), 10.

dalam menggunakan *internet banking*. Sedangkan menurut Agustina (2017) diperoleh hasil bahwa fitur layanan juga berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*. Selanjutnya dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

3. Pengaruh persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* secara simultan.

Persepsi teknologi informasi dan fitur layanan adalah yang mana persepsi bagi setiap individu bahwa teknologi dapat digunakan untuk membantu pekerjaan secara cepat dan mudah. Sedangkan fitur layanan adalah sebagai pelengkap fungsi dasar setiap produk.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Octaviansyah (2019) diperoleh hasil bahwa persepsi teknologi dan fitur layanan terdapat pengaruh signifikan secara simultan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H₃ : persepsi teknologi informasi dan fitur layanan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis

data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²³

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian survey, yakni melakukan penelitian pada ukuran populasi besar maupun kecil. Tetapi data yang dipelajari merupakan data dari sampel yang terdapat dari populasi tersebut. Yang menjadi ciri khas penelitian ini yaitu data yang dikumpulkan dengan angket yang akan diberikan untuk responden, yakni kepada nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dari karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

b. Sampel

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

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 8.

²⁴ *Ibid.*, 80.

menggunakan sampel yang diambil dari populasi.²⁵ Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.²⁶ Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono memberikan saran-saran tentang ukuran sampel untuk penelitian sebagai berikut ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.²⁷

Secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum *error (e)* dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut, maka dari itu peneliti menentukan ukuran sampel penelitian dengan menggunakan rumus menurut Purba dalam

Haqiqi sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2}{4(e)^2}$$

keterangan:

n: jumlah sampel

z: tingkat keyakinan dalam sampel 95%

moe: *margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa di toleransi, disini ditetapkan sebesar 5% atau 0,05

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,05)^2} = \frac{3,8416}{0,04} = 96,04$$

²⁵ Ibid., 81.

²⁶ Ibid., 85.

²⁷ Ibid., 90.

Jumlah sampel yang didapat yaitu 96 responden, untuk membulatkan jumlah responden peneliti menetapkan sampel menjadi 100 responden nasabah bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang aktif menggunakan *mobile banking*. Pada jumlah tersebut dianggap sudah representative karena sudah lebih besar dari batas minimal sampel yang ditentukan. Jadi, adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Responden berusia diatas 16 tahun
- 2) Responden yang pernah memakai dan masih aktif dalam menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* minimal 2 kali dalam satu bulan.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi berupa angket dan wawancara. Dan juga data sekunder, yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalkan melalui dokumen atau arsip. Adapun instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

a. Observasi

Dengan metode ini, peneliti ingin melihat kondisi rill yang terjadi di lapangan yaitu mengenai pengaruh persepsi nasabah tentang

teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

b. Angket atau Kuesioner

Penggunaan angket dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi nasabah tentang teknologi informasi, fitur layanan dan penggunaan aplikasi *mobile banking*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.²⁸ Dengan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel ditetapkan sebagai titik ukur untuk menyusun *item-item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap *item* instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Selanjutnya jawaban tersebut akan diberi skor 1 sampai 5 dengan kriteria sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) = diberi skor 5

S (Setuju) = diberi skor 4

RR (Ragu-ragu) = diberi skor 3

TS (Tidak Setuju) = diberi skor 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = diberi skor 1

²⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 93.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, prasarti, notulen rapat, agenda dan sebagainya.

Dengan penelitian ini data-data yang ingin diperoleh dari metode dokumentasi adalah sebagai berikut:

- 1) Sejarah berdirinya PT. Bank BRI Syariah dan BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.
- 2) Visi dan Misi PT. Bank BRI Syariah
- 3) Struktur Organisasi PT. BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi

4. Analisis Data

Analisis data merupakan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Adapun metode analisis data yang digunakan adalah:

a. Uji Kualitas Instrumen

Kualitas data yang baik haruslah memenuhi standar validitas dan reliabilitas. Dengan menggunakan data yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel. Jadi instrumen yang valid dan reliabel merupakan

syarat mutlak untuk mendapatkan hasil penelitian yang valid dan reliabel.²⁹

1) Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan, kesesuaian, atau kecocokan suatu alat untuk mengukur apa yang akan diukur.³⁰ Ada tiga macam validitas, salah satunya adalah validitas isi yang merupakan suatu instrumen pengukuran yang menggambarkan sejauh mana suatu alat ukur bisa meliputi isi suatu variabel secara memadai.

Adapun rumusan yang digunakan untuk menguji tingkat validitas instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus korelasi. Uji validitas dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree freedom* (df). Dengan ketentuan:

Hasil r hitung $>$ r tabel = valid

Hasil r hitung $<$ r tabel = tidak valid

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan variabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.³¹

²⁹ Ibid., 118.

³⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 45.

³¹ Hengky Latan, *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan *one shot* atau pengukuran sekali saja. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila;

Hasil *cronbach alpha* $> 0,60$ = reliabel

Hasil *cronbach alpha* $< 0,60$ = tidak reliabel

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Adapun prasyarat yang digunakan oleh peneliti adalah:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel bebas (independent), variabel terikat (dependent), atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan uji F mengansumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Salah satu cara untuk mendekteksi apakah residual data distribusi normal atau tidak yaitu dengan melihat grafik normal *probability plot*, apabila pada grafik normal *probability plot* tampak bahwa titik-titik menyebar terhimpit disekitar garis diagonal dan searah mengikuti garis diagonal, maka hal ini dapat

disimpulkan bahwa residual data memiliki distribusi normal atau data memenuhi asumsi klasik normal.³²

2) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel variabel ortogonal atau nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendekteksi atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- a) Nilai *tolerance* dan lawannya
- b) *Variance infation factor*

Nilai *cut off* yang dipakai oleh nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIP kurang dari 10. Apabila terdapat variabel bebas yang dimiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIP kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.³³

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian

³² Ibid., 56.

³³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 106.

residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendekteksi adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat adanya pola tertentu pada grafik *scatterplot*, dimana sumbu X dan Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ yang telah di *studentized*).

Dasar pengambilan keputusan:

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4) Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah teknik yang digunakan untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat.³⁴ Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui variabel bebas yaitu persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap variabel terikat yaitu penggunaan aplikasi *mobile banking*. Analisis

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 261.

data dilakukan dengan memanfaatkan bantuan komputer melalui program *SPSS for Windows*. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Dimana:

Y = Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi dari variabel X_1 (Persepsi Teknologi Informasi)

b_2 = Koefisien Regresi dari variabel X_2 (Fitur Layanan)

X_1 = Persepsi Teknologi Informasi

X_2 = Fitur Layanan

e = *Error Term* (Variabel Pengganggu)

5) Uji T

Teknik ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.³⁵

Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Yang mana masing-masing variabel yaitu persepsi nasabah tentang teknologi informasi (X_1) dan fitur layanan (X_2) terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* (Y).

³⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2011), 81.

Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis

H_{a1} : ada pengaruh antara persepsi teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H_{o1} : tidak ada pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H_{a2} : ada pengaruh antara fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H_{o2} : tidak ada pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

b) Menentukan derajat kepercayaan 5% dari t_{hitung} dan t_{tabel}

c) Menentukan t_{hitung} dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

keterangan:

r: nilai koefisien korelasi

n: jumlah sampel

d) Menentukan t_{tabel} (diambil dari hasil tabel distribusi pada $\alpha = 5\%$. Rumus $t_{tabel} = n-2$)

e) Membuat kesimpulan

Kriteria uji t:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_{o1} dan H_{o2} ditolak, H_{a1} dan H_{a2} diterima.

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_{o1} dan H_{o2} diterima, H_{a1} dan H_{a2} ditolak.

6) Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat atau tidak.³⁶

Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a) Menentukan hipotesis

H_{a3} : ada pengaruh antara persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

H_{o3} : tidak ada pengaruh antara persepsi teknologi dan fitur layanan secara simultan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

b) Menentukan derajat kepercayaan 5% dari F_{hitung} dan F_{tabel} c) Menentukan F_{hitung} dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2(n-k-1)}{k(1-R^2)}$$

Keterangan:

n : jumlah responden

m : jumlah variabel bebas

d) Menentukan F_{tabel} (diambil dari hasil tabel distribusi pada $\alpha = 5\%$).

$$df1 = K - 1$$

³⁶ Hengky Latan, *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 81.

$$df_2 = n - K$$

Keterangan

K : jumlah variabel bebas dan terikat

n : jumlah responden

Membuat kesimpulan

Kriteria uji F:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada penelitian ini merujuk pada Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis akan menguraikan secara singkat untuk memberikan gambaran secara keseluruhan isi penulisan dalam penelitian ini, sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, hipotesis, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN KEPUSTAKAAN

Pada bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan dan penguat dalam penelitian ini, dan kajian teori yang membahas teori-teori tentang persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini membahas tentang penyajian data dan analisis yang meliputi: gambaran obyek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, dan pembahasan,

BAB IV : PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, dan saran untuk penelitian selanjutnya dan bank yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Izza Halida Haqiqi (2017) yang meneliti tentang “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan *Net Banking* (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang. Dari penelitian ini jumlah populasi yang digunakan belum diketahui pasti, namun peneliti menggunakan rumus menurut Purba dalam Nilasari dan Yoestini (2012:2). Sehingga diketahui jumlah sampel yang didapat yaitu 96 responden untuk membulatkan jumlah responden peneliti menetapkan sampel menjadi 100 responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan *internet banking*.

2. Ilham Octaviansyah (2019) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *purposive sampling*. Dengan jumlah 100 responden yang memiliki aplikasi *internet banking* pada Bank BCA. Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel persepsi teknologi, kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap proses keputusan dalam menggunakan *internet banking*.
3. Riski Aryandi (2015) yang melakukan penelitian “Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank BRI di Kota Purworejo)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah semua nasabah Bank BRI di kota Purworejo yang pernah menggunakan *mobile banking*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*, sehingga sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan Skala Likert yang masing-masing sudah di uji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan regresilinier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda

menunjukkan bahwa persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan *mobile banking* di Purworejo. Variabel yang paling besar mempengaruhi minat ulang menggunakan *mobile banking* adalah persepsi teknologi informasi.

4. Fadhilatul Fitri (2016) yang meneliti tentang “Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan, dan Mutu *E-Banking* Terhadap Minat Bertransaksi *Online* (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menggunakan 100 orang sebagai responden. Pengujian hipotesis dengan analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji simultan variabel pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan, dan mutu *e-banking* berpengaruh terhadap minat bertransaksi *online*. Namun secara parsial pengetahuan nasabah tidak ada pengaruh terhadap minat bertransaksi *online*.
5. Mery Triutami (2016) yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan *Internet Banking*”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode analisis data yang digunakan adalah menggunakan persamaan regresi linier berganda, uji f, dan uji t. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner secara langsung dengan metode *purposive*

- sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi, persepsi kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan *internet banking*.
6. Gita Mustika Kurnia Dewi (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Risiko, dan Kepercayaan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*) Bagi Nasabah Bank Cimb Niaga”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, risiko, dan kepercayaan penggunaan terhadap pemanfaatan ATM (*Automatic Teller Machine*) bagi nasabah Bank Cimb Niaga.
 7. Heny Agustina (2017) dengan judul penelitian “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan *Internet Banking* (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan analisis data persamaan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *internet banking*.
 8. Lutvi Adi Prasetyo (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* BRI Syariah (Studi Pada

Mahasiswa Unisa)”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan sampel 115 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner dan kemudian dianalisis dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam pendekatan *Covarian Based SEM*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *mobile banking* BRI Syariah. Sedangkan variabel kemudahan dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* BRI Syariah.

9. Arius Juliansya (2018) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *Internet Banking* (Nasabah BNI Syariah Palembang)”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi dengan bantuan software Microsoft Excel dan SPSS Version 23.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan nasabah terhadap *internet banking* secara signifikan dominan dipengaruhi oleh kemudahan dan fitur layanan, secara tidak langsung teknologi informasi dan risiko juga mempengaruhi minat nasabah menggunakan *internet banking*.

10. Novi Munimatun Nafiah (2016) dengan judul “Pengaruh Teknologi Layanan Perbankan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BNI Syariah Kantor Cabang Jember”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dan jenis penelitian ini menggunakan penelitian

lapangan. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji t dan uji F, serta uji koefisien determinasi (*R-Squares*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel teknologi layanan perbankan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama).

11. Rovita Sri Wahyuni (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Fitur *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. BRI Syariah Cabang Jember”. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan alat ukur uji validitas dan reliabilitas. Data juga harus memenuhi uji asumsi klasik, teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji F dan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efisiensi, *fulfillment*, reliabilitas, dan privasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pengaruh secara parsial adalah privasi terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1.	Izza Halida Haqiqi (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Net	a. Persepsi teknologi informasi, b. Fitur layanan c. Regresi linier berganda	a. Persepsi kemudahan b. Variabel terikat <i>net banking</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi teknologi, kemudahan dalam menggunakan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam

	Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang)”.			menggunakan <i>internet banking</i>
2.	Ilham Octaviansyah (2019) dengan judul “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA)”.	a. Persepsi teknologi b. Fitur layanan c. Regresi linier berganda	a. Variabel kemudahan b. Variabel minat nasabah	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel persepsi teknologi, kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap proses keputusan dalam menggunakan <i>internet banking</i> .
3.	Riski Aryandi (2015) dengan judul “Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Nasabah Bank BRI Di Kota Purworejo)”.	a. Persepsi teknologi informasi, b. Persepsi kemudahan penggunaan c. Variabel terikat <i>mobile banking</i> d. Regresi linier berganda	a. Risiko transaksi b. Fitur layanan	Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko transaksi, dan fitur layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan <i>mobile banking</i> di Purworejo.
4.	Fadhilatul Fitri (2016) dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Nasabah,	a. Variabel Teknologi informasi b. Analisis regresi linier	a. Variabel kepercayaan b. Mutu <i>e-banking</i> c. Minat	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa uji simultan variabel

	Teknologi Informasi, Kepercayaan, dan Mutu <i>E-Banking</i> Terhadap Minat Bertransaksi <i>Online</i> (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)”.	berganda	bertransaksi online	pengetahuan nasabah, teknologi informasi, kepercayaan, dan mutu <i>e-banking</i> berpengaruh terhadap minat bertransaksi <i>online</i> . Namun secara parsial pengetahuan nasabah tidak ada pengaruh terhadap minat bertransaksi <i>online</i> .
5.	Mery Triutami (2016) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> ”.	a. Persepsi teknologi informasi b. Fitur layanan c. Regresi linier berganda	a. Persepsi kegunaan b. Persepsi risiko c. Variabel terikat <i>internet banking</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa teknologi informasi, persepsi kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah bank dalam menggunakan <i>internet banking</i> .
6.	Gita Mustika Kurnia Dewi (2016) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Risiko, dan Kepercayaan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>) Bagi	a. Variabel fitur layanan b. Metode analisis regresi linier berganda	a. Persepsi kemudahan b. Risiko c. Kepercayaan d. Pemanfaatan ATM	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh persepsi kemudahan, fitur layanan, risiko, dan kepercayaan penggunaan terhadap pemanfaatan ATM (<i>Automatic Teller Machine</i>)

	Nasabah Bank Cimb Niaga”.			bagi nasabah bank Cimb Niaga
7.	Heny Agustina (2017) dengan judul “Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan <i>Internet Banking</i> (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)”.	a. Teknologi informasi b. Fitur layanan	a. Variabel kemudahan b. Variabel <i>internet banking</i>	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa teknologi informasi, kemudahan, dan fitur layanan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> .
8.	Lutvi Adi Prasetyo (2019) dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Teknologi Informasi, Fitur Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> BRI Syariah (Studi Pada Mahasiswa Unisa)”.	a. Persepsi teknologi informasi b. Fitur layanan c. <i>Mobile banking</i>	a. Variabel persepsi kemudahan b. Variabel kepercayaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel teknologi informasi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat <i>mobile banking</i> BRI Syariah. Sedangkan variabel kemudahan dan fitur layanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> BRI Syariah.
9.	Arius Juliansya (2018) dengan judul “Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan	a. Teknologi informasi b. Fitur layanan	a. Kemudahan b. Risiko c. <i>Internet banking</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan nasabah terhadap internet banking secara signifikan dominan dipengaruhi oleh kemudahan dan

	<i>Internet Banking</i> (Nasabah BNI Syariah Palembang)”.			fitur layanan, secara tidak langsung teknologi informasi dan risiko juga mempengaruhi minat nasabah menggunakan <i>internet banking</i> .
10.	Novi Munimatun Nafiah (2016) dengan judul “Pengaruh Teknologi Layanan Perbankan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BNI Syariah Kantor Cabang Jember”.	<ul style="list-style-type: none"> a. Sama sama kuantitatif b. Menggunakan regresi linier berganda 	<ul style="list-style-type: none"> a. Teknologi layanan b. Kualitas layanan c. Kepuasan nasabah 	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel teknologi layanan perbankan dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah secara parsial maupun secara simultan (bersama-sama).
11.	Rovita Sri Wahyuni (2017) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Fitur <i>Internet Banking</i> Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. BRI Syariah Cabang Jember.	<ul style="list-style-type: none"> a. Fitur layanan b. Sama sama penelitian kuantitatif 	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepuasan nasabah b. <i>Internet banking</i> 	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efisiensi, <i>fulfillment</i> , reliabilitas, dan privasi berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan pengaruh secara parsial adalah privasi terhadap kepuasan nasabah.

Sumber: data yang diolah, 2019

B. Kajian Teori

1. Persepsi Teknologi Informasi

a. Pengertian Persepsi Nasabah

Menurut Kotler (2008), persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan masukan-masukan untuk menciptakan gambaran yang memiliki arti. Irwanto berpendapat bahwa persepsi adalah proses diterimanya rangsang berupa objek, kualitas, hubungan antar gejala, maupun peristiwa sampai rangsang itu sendiri disadari dan dimengerti.³⁷

Suharman juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses menginterpretasikan atau menafsirkan informasi yang diperoleh melalui sistem alat indera manusia.³⁸ Menurut Firsan, secara sederhana mengatakan bahwa persepsi merupakan pandangan seseorang dalam menafsirkan suatu peristiwa berdasarkan informasi yang diterimanya.³⁹

Dari beberapa uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah adalah proses dimana nasabah dalam memilih, mengelola, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dan selanjutnya akan memberikan respon terhadap informasi yang diperoleh tersebut.

³⁷ Irwanto, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), 71.

³⁸ Suharman, *Psikologi Kognitif*, (Surabaya: Srikandi, 2005), 23.

³⁹ N. Firsan, *Crisis Public Relation: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membawa Citra, dan Reputasi Perusahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 297.

b. Proses Pembentukan Persepsi Nasabah

Menurut teori strukturalis persepsi itu pengumpulan atau penjumlahan atau penggabungan bagian-bagian yang pokok. Beberapa hal yang dapat merubah atau mempengaruhi persepsi adalah kultur, pembelajaran, emosi, dan pengalaman seseorang. Persepsi itu bersifat personal. Setiap orang mempunyai pengalaman pribadi, emosi, memori yang unik, yang secara otomatis mempengaruhi seperti aslinya. Tetapi sudah dirubah.⁴⁰

Adapun tahap-tahap dalam pembentukan persepsi, yaitu:

- 1) Sensasi adalah suatu proses penyerapan informasi mengenai suatu produk yang melibatkan panca indera konsumen (pendengaran, penglihatan, penciuman, dan peraba). Pada tahap ini konsumen akan menyerap dan menyimpan segala informasi yang diberikan ketika suatu produk ditawarkan.
- 2) Organisasi adalah tahap dimana konsumen mengolah informasi yang telah ia dapatkan pada tahap sensasi. Konsumen akan membandingkan antara informasi baru tersebut dengan informasi atau pengetahuan yang telah ia miliki sebelumnya. Kemudian konsumen akan mendapatkan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki produk tersebut serta nilai tambah yang bisa didapat.

⁴⁰ M. H. Zuardi, *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon*, Jurnal Tapis Vol. XIII, No. 01 Januari-Juni, 7.

3) Interpretasi adalah pengambilan citra atau pemberian makna oleh konsumen terhadap suatu produk. Setelah pada tahap organisasi konsumen mendapatkan kelebihan dan kekurangan serta nilai tambah produk, maka akan tercipta citra atau makna khas yang melekat pada produk. Dalam pemasaran, persepsi itu lebih penting daripada realitas, karena persepsi itulah yang akan mempengaruhi konsumen.

Menurut Walgito ada beberapa proses terbentuknya persepsi, yaitu:

- 1) Diawali dengan objek yang menimbulkan persepsi dan stimulus mengenai alat indera atau reseptor, proses ini dinamakan proses kealaman (fisik).
- 2) Stimulus yang diterima oleh alat indera dilanjutkan oleh syaraf sensorik ke otak, proses ini dinamakan fisiologis.
- 3) Setelah kemudian terjadilah suatu proses ke otak, sehingga dapat menyadari apa yang ingin ia terima dengan proses reseptor itu sebagai suatu akibat stimulus yang diterimanya.⁴¹

c. Pengertian Teknologi Informasi

Menurut kamus Oxford (1995) mendefinisikan teknologi informasi adalah studi atau penggunaan peralatan elektronika, terutama komputer untuk menyimpan, menganalisis, dan mendistribusikan informasi dalam bentuk apapun termasuk kata-kata, bilangan, dan

⁴¹ Bimo Walgito, *Psikologi Sosiol: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi, 2004), 54.

gambar. Martin (1999) mendefinisikan teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi.⁴²

d. Lingkup Teknologi Informasi

Teknologi informasi dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu perangkat lunak (*software*) dan perangkat keras (*hardware*). Perangkat keras mencakup peralatan-peralatan yang bersifat fisik, seperti memori, *printer* dan *keyboard*.⁴³ Adapun perangkat lunak meliputi instruksi-instruksi untuk mengatur perangkat keras agar bekerja sesuai dengan tujuan instruksi tersebut. Teknologi informasi dibagi menjadi 6 kelompok antara lain:

1) Teknologi Masukan (*Input*)

Segala perangkat yang digunakan untuk memasukan data atau informasi dari sumber asalnya ke dalam sistem komputer.

2) Teknologi Keluaran (*Output*)

Supaya informasi dapat diterima oleh pemakai yang membutuhkan informasi perlu disajikan dalam berbagai bentuk baik kertas dengan menggunakan printer maupun melalui media penyimpanan seperti hardisk, dsb.

⁴² Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), 103.

⁴³ Khadir, *Pengenalan Sistem Informasi*, (Yogyakarta: Andi, 2019), 14.

3) Teknologi Perangkat Lunak (*Software*)

Untuk menciptakan informasi diperlukan perangkat lunak atau program. Program adalah sekumpulan instruksi yang digunakan untuk mengendalikan perangkat keras komputer.

4) Teknologi Penyimpanan (*Storage*)

Teknologi penyimpanan menyangkut segala peralatan yang digunakan untuk menyimpan data.

5) Teknologi Telekomunikasi (*Telecommunication*)

Teknologi komunikasi merupakan teknologi yang memungkinkan hubungan jarak jauh. Internet dan ATM merupakan contoh teknologi telekomunikasi.

6) Teknologi Pemroses (*Process*)

Mesin pemroses adalah bagian penting dalam teknologi informasi yang berfungsi untuk mengingat data atau program berupakomponen memori dan mengeksekusi program berupa komponen CPU.⁴⁴

e. Strategi Teknologi Informasi Menuju Keunggulan Kompetitif

Khadir menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi informasi yang maksimal dapat digunakan untuk membentuk strategi menuju keunggulan yang kompetitif dengan cara:

⁴⁴ Ibid., 11.

1) Strategi Biaya

Meminimalisir biaya atau memberikan harga yang lebih murah terhadap pelanggan, menurunkan harga dari pemasok dan meningkatkan biaya pesaing untuk tetap bertahan di industri.

2) Strategi Differensiasi

Mengembangkan cara-cara untuk membedakan produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan terhadap pesaing, sehingga pelanggan menggunakan produk atau jasa karena adanya manfaat atau fitur yang unik.

3) Strategi Inovasi

Memperkenalkan produk atau jasa yang unik, atau membuat perubahan dalam proses bisnis yang menyebabkan perubahan perubahan yang mendasar dalam pengelolaan bisnis.

4) Strategi Pertumbuhan

Mengembangkan kapasitas produksi secara signifikan, melakukan ekspansi ke dalam pemasaran global, melakukan diversifikasi produk atau jasa baru, atau mengintegrasikan ke dalam produk atau jasa yang terkait.

5) Strategi Aliansi

Membentuk hubungan dan aliansi bisnis yang baru dengan pelanggan, pemasok, pesaing, konsultan dan lain-lain.⁴⁵

⁴⁵ Ibid., 14.

f. Teknologi Informasi dalam Perbankan

Teknologi informasi mulai dimanfaatkan oleh dunia perbankan seiring dengan kemajuan teknologi. Khadir dan Triwahyuni menjelaskan bahwa kehadiran sistem *online* yang ditangani oleh teknologi komputer dan teknologi komunikasi memungkinkan nasabah mengambil uang dari kantor cabang dari bank yang sama yang berada di mana saja. Pada perkembangan selanjutnya, system seperti ini juga dilengkapi dengan mesin-mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) yang memungkinkan nasabah mengambil uang tanpa harus tergantung oleh jam kerja bank. Khadir dan Triwahyuni (2003) juga menjelaskan bahwa tak puas dengan model pelayanan seperti itu pihak bank juga mengembangkan banyak layanan untuk memudahkan nasabah melakukan transaksi, salah satunya layanan dengan telepon (*mobile*) yang memperkenankan nasabah memeriksa saldo tabungan, transfer dana, melakukan pembayaran dan melakukan mutasi rekening. Tentu saja langkah bank tak berhenti sampai di situ, dengan semakin banyaknya orang yang mengakses internet nasabah mulai dimanjakan dengan kemudahan untuk melakukan transaksi.⁴⁶

g. Persepsi Teknologi Informasi

Persepsi adalah bagaimana kita melihat dunia sekitar kita. Secara formal, persepsi dapat didefinisikan sebagai suatu proses, dengan mana seseorang menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasi

⁴⁶ Ibid., 22.

stimuli ke dalam suatu gambaran dunia yang berani dan menyeluruh. Persepsi timbul karena adanya stimulus dari luar yang akan mempengaruhi seseorang melalui kelima alat indranya untuk melakukan sesuatu.⁴⁷

Menurut Amijaya (2010: 15) persepsi teknologi informasi didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja.

Sedangkan menurut Davis (1989) dalam (2015: 17) persepsi teknologi informasi adalah persepsi individu bahwa teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasian.

Ada beberapa indikator dari persepsi teknologi informasi, yaitu:

- 1) Kecepatan transaksi
- 2) Efisiensi transaksi
- 3) Mendukung aktivitas

2. Fitur Layanan

Fitur adalah unsur-unsur pokok yang ada pada produk atau jasa yang ditawarkan pada suatu paket layanan dan produk. Dalam hal ini fitur dianggap sebagai spesifikasi teknis dari produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Fitur merupakan karakteristik yang melengkapi fungsi dasar produk.⁴⁸ Fitur sebagai sarana kompetitif untuk

⁴⁷ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002), 102.

⁴⁸ Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), 206.

mendiferensiasikan produk perusahaan dengan pesaing. Melalui fitur, perusahaan dapat menciptakan diferensiasi produknya dari produk pesaing. Sebagian besar produk yang ditawarkan dengan fitur berbeda dapat melengkapi fungsi dasar produk.⁴⁹

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk atau fisik.⁵⁰ Sedangkan Atep Adya Brata (2004) mengemukakan bahwa pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat untuk menarik minat pelanggan.⁵¹

Sehingga fitur layanan merupakan salah satu hal yang penting dalam menarik perhatian nasabah menggunakan suatu produk yang diunggulkan. Dalam suatu fitur layanan yang baik akan membuat nasabah lebih puas dan nyaman untuk menggunakan suatu produk yang ada. Kualitas layanan perbankan sangatlah penting dalam keberhasilan bank sebagai perusahaan jasa saat ini. Dengan adanya kualitas layanan yang baik, akan membuat nasabah merasa lebih nyaman.

Ada beberapa indikator fitur layanan, yaitu:

- 1) Kelengkapan fasilitas transaksi
- 2) Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan
- 3) Memenuhi kebutuhan yang beragam

⁴⁹Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran 2, edisi kedua belas*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), 10.

⁵⁰Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Malang: Gava Media, 2004), 23.

⁵¹Atep Adya Brata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2004), 24.

3. *Mobile Banking*

Mobile banking atau biasa disebut *m-banking* adalah fasilitas yang disediakan oleh perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone. Dan fasilitas yang ada dalam mobile banking antara lain *SMS banking*, informasi keuangan, seperti cek saldo, mutasi rekening dan sebagainya.⁵²

Mobile banking merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah sebagai insentif kepada pelanggan. Promosi *mobile banking* akan memberikan implikasi secara langsung pada adopsi yang dilakukan konsumen terhadap teknologi. *Mobile banking* atau biasa disebut *M-Banking* merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan serta keefektifan dan keefisienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi. *M-banking* tidak akan berjalan jika tidak didukung oleh suatu alat sebagai media untuk melakukan *mobile banking*. Media komunikasi yang dapat dipergunakan adalah telepon seluler atau ponsel. Dengan fasilitas ini, setiap orang yang memiliki ponsel dapat dengan mudah bertransaksi dimana saja dan kapan saja. Dibandingkan layanan *e-banking* lainnya, perkembangan *mobile banking (m-banking)* terbilang paling cepat. Perkembangan ini lantaran kehadiran layanan *m-banking* mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang sangat

⁵²Wiji Nurastuti, *Teknologi Perbankan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011) 110.

mengedepankan mobilitas. Dengan satu sentuhan, *mobile banking* menciptakan kemudahan layanan perbankan dalam satu gengaman. Kebermanfaatan dari layanan *mobil banking* akan meningkatkan kepuasan nasabah. Lebih jauh, *mobile banking* menciptakan nilai bagi transaksi nasabah bank sebagai channel penyampaian jasa nirkabel (*wireless*).⁵³

Ada beberapa indikator penggunaan *mobile banking*, yaitu:

- 1) Kemudahan penggunaan
- 2) Keamanan dalam penggunaan
- 3) Biaya penggunaan



⁵³Noviyanto, *Sistem Informasi Perbankan*, (Universitas Gunadarma, 2005), 31.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat BRI Syariah

PT. Bank BRI Syariah resmi beroperasi berdasarkan izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008. Pada tanggal 17 November 2008 PT Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi berdasarkan prinsip syariah Islam. Sejak saat ini, tanggal 17 November ditetapkan sebagai hari ulang tahun PT. Bank BRI Syariah. Sejarah BRI Syariah berawal pada tanggal 19 Desember 2007 saat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., mengakuisisi Bank Jasa Arta. Setelah mendapat izin dari Bank Indonesia pada tanggal 16 Oktober 2008 melalui surat No. 10/67/KEP.GBI/DpG/2008, PT. Bank BRI Syariah kemudian secara resmi menjalankan kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah pada tanggal 17 November 2008. Setelah sebelumnya sempat menjalankan kegiatan usaha bank secara konvensional.⁵⁴

Nama BRI Syariah dipilih untuk menggambarkan secara langsung hubungan PT. Bank Rakyat Indonesia. BRISyariah merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia yang akan melayani kebutuhan perbankan masyarakat Indonesia dengan menggunakan prinsip-prinsip syariah.

⁵⁴https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=sejarah

Kegiatan usaha BRI Syariah semakin kokoh setelah ditandatangani Akta Pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank Bri Syariah (proses spin off). Penandatanganan akta pemisahan tersebut dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama Bank Rakyat Indonesia dan Bapak Venje Rahadjo selaku Direktur Utama BRI Syariah, sebagaimana akta pemisahan No.27 tanggal 19 Desember 2008 dibuat dihadapan notaris Fathiah Helmi SH. Di Jakarta. Peleburan unit usaha syariah Bank Rakyat Indonesia ke dalam BRI Syariah ini berlaku efektif pada tanggal 1 januari 2009. Penandatanganan yang bernilai strategis ini sebagai bentuk dukungan nyata induk perusahaan kepada kegiatan operasional BRI Syariah.

Sebagai bagian dari keluarga besar Bank Rakyat Indonesia, BRISyariah mendapat dukungan penuh dari Bank Rakyat Indonesia sebagai pemegang saham sebagaimana tercermin dari penambahan modal disetor yang dilakukan sebanyak dua kali di tahun 2008, sehingga saat ini BRISyariah menjadi salah satu bank syariah dengan struktur permodalan yang kuat.⁵⁵

Sedangkan untuk BRISyariah kantor cabang Banyuwangi diresmikan pada tanggal 1 oktober 2012, kemudian semakin berkembang dan memperluas wilayah outlet layanan mikro meliputi wilayah Rogojampi dan Genteng. Layanan untuk wilayah Rogojampi dan Genteng

⁵⁵Ibid

tersebut mulai beroperasi terhitung mulai tanggal 1 April 2013 dan survive hingga sekarang.

Untuk pimpinan BRISyariah Kantor Cabang Banyuwangi telah berganti tiga kali sampai sekarang, pertama dijabat oleh Bapak Alkaf Zein (2012-2013), kedua dijabat oleh Bapak Eric Kurniawan (Januari-April 2014).Ketiga dijabat oleh Bapak Adhitya Sisno Prabowo (September 2018 – Sekarang).⁵⁶

2. Visi dan Misi BRI Syariah

a. Visi BRI Syariah⁵⁷

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi BRI Syariah⁵⁸

- 1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan Finansial nasabah
- 2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah
- 3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapan pun dan dimana pun
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran

⁵⁶Hari Cahyono, wawancara, Banyuwangi, 03 Desember 2019

⁵⁷https://www.brisyariah.co.id/tentang_kami.php?f=visimisi

⁵⁸Ibid

c. Motto PT. Bank BRI Syariah⁵⁹

BRISyariah mempunyai motto yang berbunyi “Bersama Wujudkan Harapan Bersama” sebagai perwujudan dari visi dan misi BRISyariah sendiri yang mempunyai arti bahwa BRISyariah ingin menjelaskan bahwa seluruh stake holder BRISyariah baik internal (seluruh karyawan) maupun eksternal (nasabah) merupakan instrument yang penting dalam rangka mewujudkan seluruh harapan stake holder.

d. Nilai-nilai Budaya Kerja PT. Bank BRI Syariah (PASTI OKE)⁶⁰

- 1) Profesional : kesungguhan dalam melakukan tugas sesuai dengan standar teknis dan etika yang telah ditentukan.
- 2) Antusias : semangat atau dorongan untuk berperan akti dan mendalam pada setiap aktivitas kerja.
- 3) Penghargaan terhadap SDM : Menempatkan dan menghargai karyawan sebagai modal utama perusahaan dengan menjalankan upaya-upaya yang optimal sejak perencanaan, perekrutan, pengembangan dan pemberdayaan SDM yang berkualitas serta memperlakukannya baik sebagai individu maupun kelompok berdasarkan saling percaya, terbuka, adil dan menghargai.
- 4) Tawakal : optimisme yang diawali dengan doa dan dimanifestasikan melalui upaya yang sungguh-sungguh dan diakhiri dengan keikhlasan atas hasil yang dicapai.

⁵⁹Hari Cahyono, wawancara, Banyuwangi, 03 Desember 2019

⁶⁰Ibid

5) Integritas : kesesuaian antara kata dan perbuatan dalam menerapkan etika kerja, nilai-nilai, kebijakan dan peraturan organisasi secara konsisten sehingga dapat dipercaya juga senantiasa memegang teguh etika profesi dan bisnis, meskipun dalam keadaan yang sulit untuk melakukannya.

6) Berorientasi Bisnis : Tanggap terhadap perubahan dan peluang, selalu berpikir dan berbuat untuk menghasilkan nilai tambah dalam pekerjaannya.

7) Kepuasan Pelanggan : memiliki kesadaran sikap serta tindakan yang bertujuan memuaskan pelanggan eksternal dan internal di lingkungan perusahaan.

e. Tujuan Perusahaan PT. Bank BRI Syariah⁶¹

BRISyariah merupakan bank yang terbilang baru, bank yang mulai beroperasi pada tahun 2009 ini terus melakukan berbagai persiapan dan pembenahan dalam rangka membangun fondasi yang kokoh untuk menunjang pertumbuhan bank. Untuk mengembangkan pelayanan jaringan BRISyariah mengembangkan layanan penjualan melalui sinergi dengan Bank Rakyat Indonesia dalam bentuk Unit Pelayanan Syariah (UPS) atau Unit Mikro untuk melayani sektor UMKM (Usaha Mikro kecil Menengah).

BRISyariah juga akan mempersiapkan peluncuran produk baru baik pendanaan maupun pembiayaan, yang akan difokuskan pada

⁶¹www.brisyariah.co.id

segmen UMKM dan konsumen sesuai dengan visinya menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

Keseluruhan inisiatif ini tentunya tidak akan berhasil dilaksanakan tanpa dukungan sumber daya manusia yang handal. Selain menggiatkan program rekrutmen untuk mengisi posisi lowong. BRISyariah juga akan menyelenggarakan berbagai pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian kerja.

Hal lain yang tidak kalah penting dilakukan BRISyariah adalah memperkuat sistem teknologi informasi untuk mendukung kegiatan operasional bank sehari-hari. Bank akan mengimplementasikan Core Banking System dan mengembangkan layanan prima bagi nasabah.⁶²

3. Struktur Organisasi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi

Setiap organisasi mempunyai tujuan yang telah direncanakan dan ditetapkan. Langkah utama dalam mencapai tujuan tersebut adalah dengan merencanakan dan merumuskan struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi dan kebutuhan organisasi. Agar tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai, maka orang yang bekerja dalam suatu organisasi harus mengetahui dan mengerti akan tugas, tanggungjawab dan wewenangnya.

Untuk menggambarkan secara sistematis hubungan kerja antar unsur-unsur organisasi maka harus ada struktur organisasi yang jelas. Adapun struktur

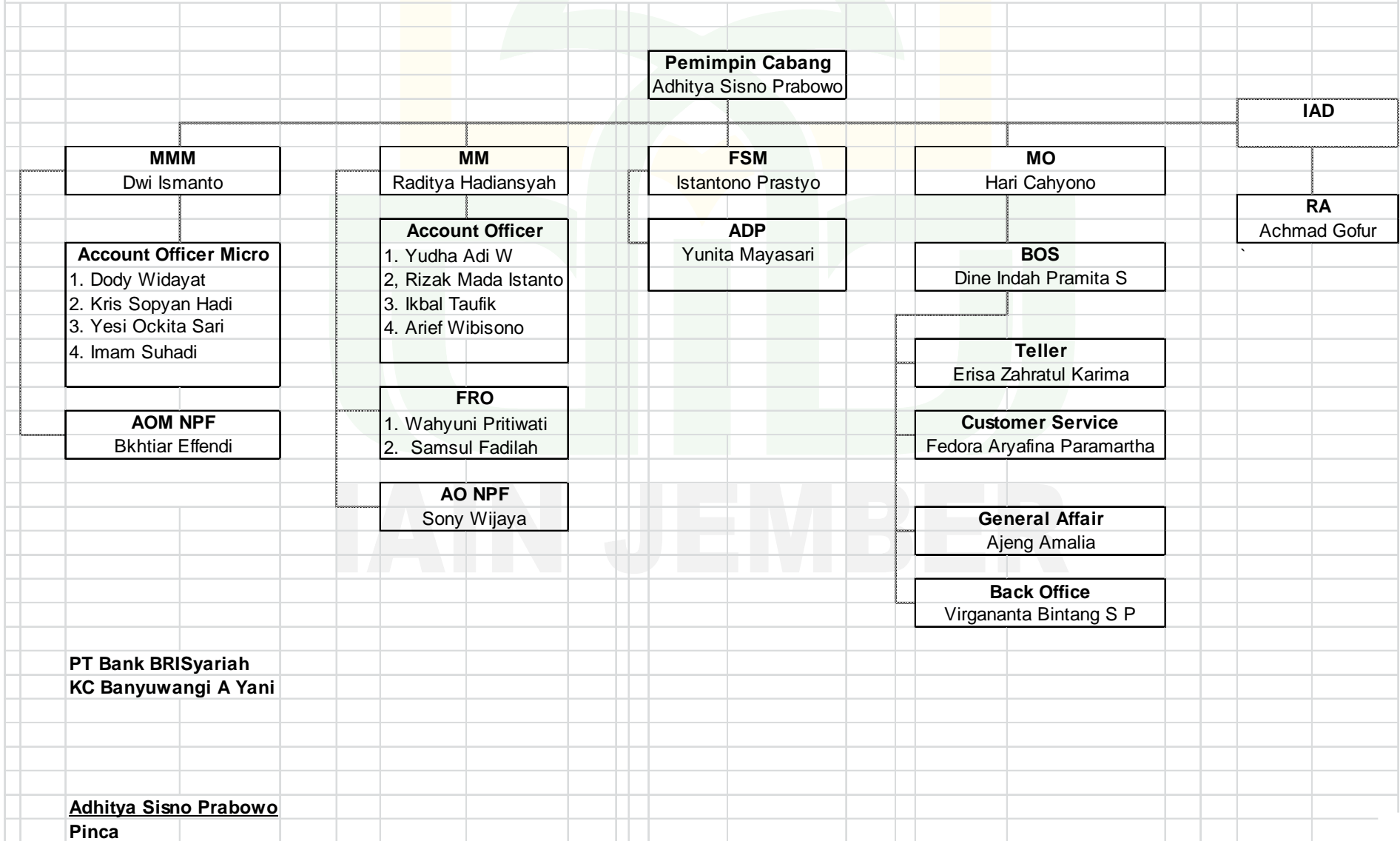
⁶²Ibid

organisasi pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi adalah sebagai berikut:⁶³



⁶³Hari Cahyono, wawancara, Banyuwangi, 03 Desember 2019

**STRUKTUR ORGANISASI
KANTOR CABANG BANYUWANGI**



4. Layanan Mobile BRIS

- a. Motto : Transaksi kapanpun dan dimanapun⁶⁴
- b. Semakin Mudah Untuk Bertransaksi

Make it simple, dengan hanya mengunduh (men-download) aplikasi mobileBRIS menjadikan semua transaksi perbankan anda semakin mudah dilakukan kapan dan dimana saja. MobileBRIS adalah fasilitas layanan berbasis ponsel yang dapat memudahkan anda untuk melakukan pembayaran seluruh tagihan rutin bulanan, transfer, isi ulang pulsa, sampai pembayaran zakat, infaq, shodaqoh (ZIS).⁶⁵

- c. Mudah dan Fleksibel

Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan dan dimana saja, tidak tergantung dengan jam operasional bank dan dapat diakses selama 24 jam.⁶⁶

- 1) Biaya sms tergantung masing-masing telco provider.
- 2) Saat ini layanan dapat digunakan oleh pengguna operator:
Telkomsel, indosat, XL

- d. Syarat registrasi mobileBRIS

Untuk menggunakan layanan mobileBRIS dapat melakukan registrasi/ pendaftaran smsBRIS (SMS Banking BRISyariah) terlebih dahulu melalui ATM BRISyariah atau di KCI/KC/KCP BRISyariah, dengan ketentuan sebagai berikut:⁶⁷

⁶⁴ www.brisyariah.co.id

⁶⁵ Ibid

⁶⁶ Ibid

⁶⁷ Ibid

- 1) 1 (satu) rekening tabungan BRISyariah ib nasabah hanya dapat didaftarkan untuk 1 (satu) nomor telepon seluler/handphone.
- 2) Di menu utama ATM BRIS, pilih menu “registrasi”.
- 3) Pilih menu SMSBanking.
- 4) Pada layar registrasi, masukan nomor ponsel anda dan 6 (enam) digit angka PIN yang dapat anda tentukan sendiri.
- 5) Registrasi telah selesai, dan anda akan menerima receipt/ struk sukses registrasi sebagai tanda bukti registrasi smsBRIS, sms notifikasi yang dikirimkan ke telepon seluler anda, dan sms yang berisi link aplikasi mobileBRIS yang dapat anda unduh.
- 6) Klik link dari sms yang anda terima setelah notifikasi registrasi sms BRIS berhasil atau unduh (download) aplikasi pada blackberry app world, android market, apple app store, nokia store, atau website www.brisyariah.co.id. Jalankan aplikasi setelah proses unduh selesai.
- 7) Setelah proses registrasi berhasil melalui ATM maka nasabah dapat menggunakan layanan transaksi non finansial dan mobileBRIS.
- 8) Jika nasabah ingin menggunakan fitur transaksi finansial diharuskan untuk mengaktifkan fasilitas tersebut di kantor cabang BRISyariah terdekat, dengan alur pelaksanaan di cabang dengan menyertakan KTP asli, buku tabungan asli, dan kartu ATM BRIS.

9) Jika nasabah telah menggunakan layanan smsBRIS sebelumnya, maka nasabah dapat mengunduh (mendownload) aplikasi mobileBRIS pada telepon seluler nasabah yang terdaftar pada layanan sms BRIS. Aplikasi juga dapat diunduh (di-download) melalui Blackberry app world, android market, apple app store, nokia store dan website www.brisyariah.co.id. Jalankan aplikasi setelah proses unduh selesai.

e. Cara Unduh (Download) Aplikasi⁶⁸

1) Blackberry app world

Pilih menu aplikasi app world

a) Ketik pada kolom search: mobilebris untuk mencari aplikasi.

b) Klik “Download” untuk mengunduh aplikasi.

c) Ikuti petunjuk layar selanjutnya.

d) Jika aplikasi telah terinstall, layanan mobile BRIS telah dapat digunakan

2) App Store / APPLE STORE⁶⁹

a) Pilih menu aplikasi “App Store”

b) Pilih tab search, ketik : mobilebris

c) Klik “free” pada aplikasi lalu “install”

d) Ikuti petunjuk layar selanjutnya

e) Jika aplikasi telah terinstal, layanan mobilebris telah dapat digunakan.

⁶⁸Ibid

⁶⁹Ibid

3) Google Play⁷⁰

- a) Pilih menu aplikasi “google play/ play store/ android market”
- b) Ketik pada menu search: mobilebris untuk mencari aplikasi
- c) Klik “install” dan “accept&download” untuk mengunduh dan menginstall aplikasi
- d) Ikuti petunjuk layar selanjutnya
- e) Jika aplikasi telah terinstall, layanan mobilebris telah dapat digunakan

4) Nokia Store⁷¹

- a) Pilih menu aplikasi “nokia store”
- b) Pilih tab search, ketik : mobileBRIS
- c) Klik “free” pada aplikasi lalu “install”
- d) Ikuti petunjuk layar selanjutnya

- e) Jika aplikasi telah terinstall, layanan mobilebris telah dapat digunakan.

5) Website www.brisyariah.co.id⁷²

- a) Pilih menu browser pada ponsel anda. Ketik : www.brisyariah.co.id
- b) Pilih menu e-BRISyariah iB, E-Banking
- c) Klik logo “mobileBRIS” disamping kiri layar
- d) Pilih logo jenis ponsel yang anda gunakan untuk men-download aplikasi

⁷⁰Ibid

⁷¹Ibid

⁷²Ibid

- e) Ikuti petunjuk layar selanjutnya
- f) Jika aplikasi telah terinstall, layanan mobile bris telah dapat digunakan

Note: untuk jenis ponsel iphone, silahkan download aplikasi di apple store

6) Fitur Transaksi⁷³

a) Transaksi Non Finansial

- (1) inquiry saldo
- (2) inquiry mutasi 3 transaksi terakhir
- (3) inquiry pembayaran tagihan telepon
- (4) inquiry pembayaran flexy postpaid
- (5) inquiry pembayaran speedy
- (6) inquiry pembayaran telkomvision
- (7) inquiry pembayaran kartu HALO
- (8) inquiry pembayaran Axis postpaid
- (9) inquiry pembayaran Smartfren postpaid
- (10) inquiry pembayaran XL Postpaid
- (11) inquiry pembayaran esia postpaid
- (12) inquiry pembayaran tagihan listrik
- (13) inquiry pembayaran PLN non tagihan listrik
- (14) ganti pin.

⁷³Ibid

b) Transaksi Finansial⁷⁴

Tabel 3.1
Tabel Jenis Transaksi Financial

Jenis Transaksi Finansial	Limit/Hari
Transfer Antar Rekening Brisyariah Pembayaran ZIS : <ul style="list-style-type: none"> • Dompot Dhuafa • Baznas • Griya Yatim • Baitul Mal BRI 	Rp. 5.000.000,-
Transfer Antar Bank Lain	Rp. 5.000.000,-
Pembayaran Tagihan: Pembayaran Halo Telkomsel Pembayaran Telkom Pembayaran Flexi Postpaid Pembayaran Axis Postpaid Pembayaran Smartfren Postpaid Pembayaran XI Postpaid Pembayaran Esia Postpaid Pembayaran Speedy Pembayaran Telkomvision Pembayaran PLN Pembayaran Non Tagihan Listrik	Bebas (Sesuai Jumlah Tagihan / Keinginan Nasabah)
Pembelian : Pembelian Pulsa Listrik Pembelian Pulsa Simpati Pembelian Pulsa As Pembelian Pulsa Axis Pembelian Pulsa Smartfren	Rp. 1.000.000,-

(1) Transaksi dapat berubah sewaktu-waktu

(2) Seluruh transaksi gratis, kecuali pembayaran tagihan listrik, non tagihan listrik, dan pembelian token listrik dikenakan biaya Rp. 1000,-

(3) Tarif pulsa mengikuti masing-masing operator

⁷⁴Ibid

Tabel 3.2
Operating System

Operating system	Version	Provider
Blackberry	Minumum versi 4,7	Telkomsel, Indosat, dan XL
Android	Minimum versi OS 2,1	Telkomsel, Indosat, dan XL
IOS	Minimum versi Ios 4,2	Telkomsel, Indosat, dan XL
Java Symbian	Minimum versi MIDP CLDC 1,1	Telkomsel, Indosat, dan XL

B. Penyajian Data

Gambaran umum tentang hasil data yang diperoleh dari nasabah meliputi beberapa karakteristik responden dan frekuensi data dalam menggunakan aplikasi mobile banking.

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.3
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Laki-laki	56	56
Perempuan	44	44
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Tabel 3.3 menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 56 orang atau 56%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 44 orang atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa laki-laki adalah nasabah yang lebih potensial dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

2. Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia bisa dilihat dalam tabel

3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4
Responden Berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Prosentase(%)
16 – 25	35	35
26 – 35	36	36
36 – 45	18	18
> 45	11	11
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa responden yang berusia 16 sampai dengan 25 tahun sebanyak 35 orang atau 35%, responden yang berusia 26 sampai dengan 35 tahun sebanyak 36 orang atau 36%, responden yang berusia 36 sampai dengan 45 tahun sebanyak 18 orang atau 18%, dan responden yang berusia lebih dari 46 tahun sebanyak 11 orang atau 11%. Hal ini menunjukkan bahwa pada kisaran usia 26-35 tahun adalah nasabah yang lebih potensial menggunakan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.5
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Prosentase (%)
Pelajar/mahasiswa	23	23
ABRI/polri/PNS	10	10
Wiraswasta	16	16
Ibu rumah tangga	8	8
Karyawan swasta	34	34
Pensiunan	9	9
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan pelajar atau mahasiswa sebanyak 23 orang atau 23%, responden dengan pekerjaan ABRI/POLRI/PNS sebanyak 10 orang atau 10%, Wiraswasta sebanyak 16 orang atau 16%, Ibu rumah tangga sebanyak 8 orang atau 8%, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 34 orang atau 34%, sedangkan responden pensiunan karyawan sebanyak 9 orang atau 9%. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan swasta adalah nasabah yang lebih potensial menggunakan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

4. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*

Profil responden berdasarkan frekuensi nasabah menggunakan *mobile banking* dapat dilihat dalam tabel 3.6 sebagai berikut:

Tabel 3.6
 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Nasabah
 Menggunakan *Mobile Banking*

Frekuensi Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (sebulan)	Jumlah Responden	Prosentase(%)
2-5	45	45
6-10	38	38
10-20	11	11
>20	6	6
Jumlah	100	100

Sumber: data primer diolah, 2019

Berdasarkan data profil responden berdasarkan frekuensi menggunakan *mobile banking* dalam satu bulan 2-5 kali sebanyak 45 orang dengan prosentase 45%, sedangkan yang menggunakan 6-10 kali sebanyak 38 orang dengan prosentase 38%, selanjutnya yang menggunakan 10-20 kali sebanyak 11 orang dengan prosentase 11%, dan yang menggunakan >20 kali sebanyak 6 orang dengan prosentase 6%. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi 2-5 kali dalam sebulan adalah penggunaan aplikasi *mobile banking* oleh nasabah di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

C. Analisis Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu

untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk mendapatkan data ini penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi sebanyak 100 responden dengan memberikan butir pertanyaan untuk mengukur tingkat validitas.

Apabila hasil uji validitas $>0,1966$ maka pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 3.7
Uji Validitas Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi

Pertanyaan ke-	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,617	0,1966	Valid
2	0,741	0,1966	Valid
3	0,736	0,1966	Valid
4	0,374	0,1966	Valid
5	0,410	0,1966	Valid
6	0,536	0,1966	Valid
7	0,225	0,1966	Valid
8	0,407	0,1966	Valid
9	0,447	0,1966	Valid

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel uji validitas pada variabel X_1 dengan jumlah responden 100 orang terhadap 9 pertanyaan yang diajukan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang diajukan kepada nasabah adalah valid. Dan dari 9 pertanyaan yang diajukan, pertanyaan pada nomor 2 menunjukkan tingkat validitas yang paling tinggi dengan nilai hasil pembulatan r-hitung sebesar 0,741 lebih besar dari r-tabel sebesar 0,1966.

Tabel 3.8
Uji Validitas Fitur Layanan

Pertanyaan ke-	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,520	0,1966	Valid
2	0,542	0,1966	Valid
3	0,639	0,1966	Valid
4	0,530	0,1966	Valid
5	0,483	0,1966	Valid
6	0,689	0,1966	Valid
7	0,604	0,1966	Valid
8	0,370	0,1966	Valid
9	0,404	0,1966	Valid

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel uji validitas pada variabel X_2 dengan jumlah responden 100 orang terhadap 9 pertanyaan yang diajukan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang diajukan kepada nasabah adalah valid. Dan dari 9 pertanyaan yang diajukan, pertanyaan pada nomor 6 menunjukkan tingkat validitas yang paling tinggi dengan nilai hasil pembulatan r-hitung sebesar 0,689 lebih besar dari r-tabel sebesar 0,1966.

Tabel 3.9
Uji Validitas Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Pertanyaan ke-	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,529	0,1966	Valid
2	0,560	0,1966	Valid
3	0,617	0,1966	Valid
4	0,541	0,1966	Valid
5	0,544	0,1966	Valid
6	0,441	0,1966	Valid
7	0,363	0,1966	Valid
8	0,436	0,1966	Valid
9	0,362	0,1966	Valid

Sumber: data diolah, 2019

Berdasarkan tabel uji validitas pada variabel Y dengan jumlah responden 100 orang terhadap 9 pertanyaan yang diajukan menunjukkan bahwa semua pertanyaan yang diajukan kepada nasabah adalah valid. Dan dari 9 pertanyaan yang diajukan, pertanyaan pada nomor 3 menunjukkan tingkat validitas yang paling tinggi dengan nilai hasil pembulatan r-hitung sebesar 0,617 lebih besar dari r-tabel sebesar 0,1966.

Sehingga dari ketiga tabel diatas, dapat dilihat bahwa dari semua pertanyaan yang diajukan memiliki validitas $>0,1966$ dan pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Sedangkan untuk tingkat reliabilitas ini dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*. Reliabilitas suatu variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.10
Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	27

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

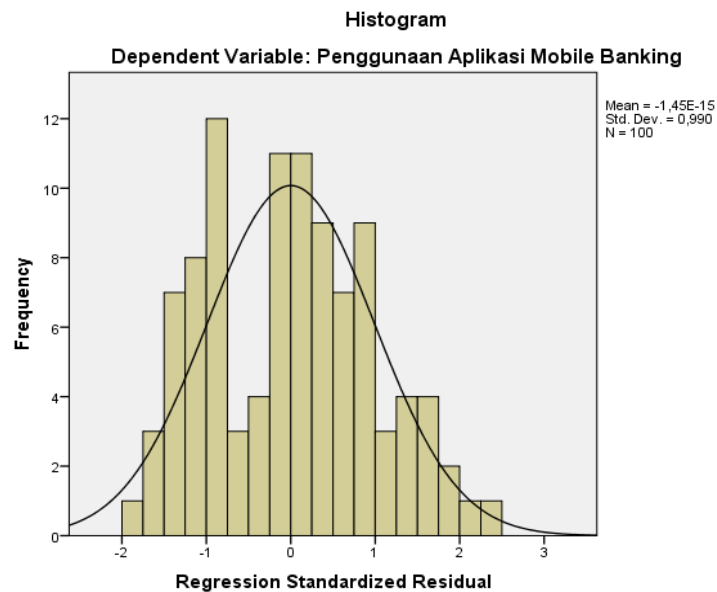
Berdasarkan hasil pada tabel tersebut diketahui bahwa dari semua pertanyaan yang diajukan kepada nasabah dengan total semua pertanyaan adalah 27 pertanyaan memperoleh nilai *Cronbach's Alpha*

sebesar $0,787 > 0,60$. Ini berarti semua pertanyaan dari kuesioner pada penelitian ini dianggap reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

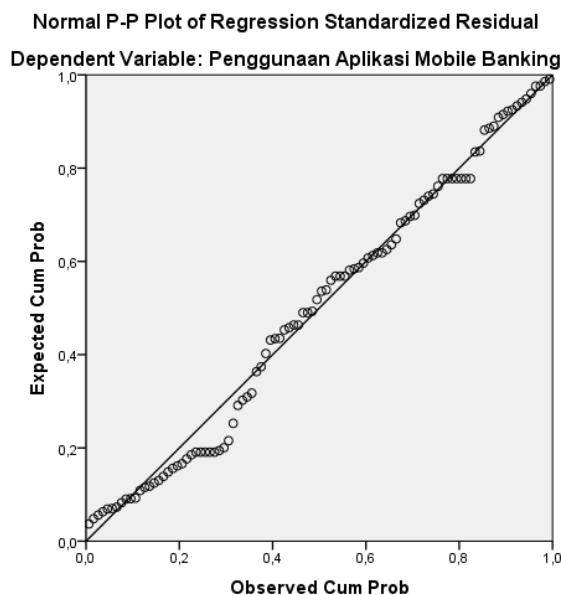
Gambar 3.2
Histogram



Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Berdasarkan hasil uji di atas terlihat bahwa menyebar ke kanan dan ke kiri bagian kurva normal dan membentuk kurva normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 3.3
Normal P-P Plot



Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Dari gambar diatas normal probability plot dapat dilihat bahwa sebaran titik-titik plot menyebar ke kanan dan ke kiri disekitar garis diagonal, dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel 3.11
Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18,045	3,912		4,613	,000		
Persepsi Teknologi Informasi	,180	,093	,182	1,939	,055	,867	1,154
Fitur Layanan	,378	,085	,417	4,456	,000	,867	1,154

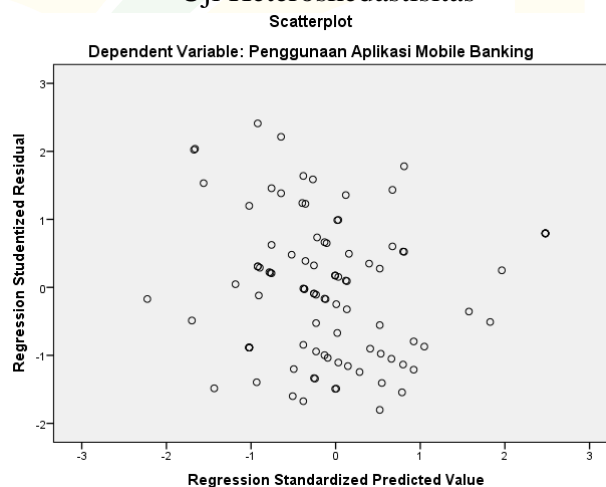
a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Dari hasil uji multikolonieritas diatas menunjukkan bahwa diperoleh nilai Tolerance untuk semua variabel $< 0,10$ yaitu 0,867. Sedangkan untuk nilai VIP untuk semua variabel 1,154. Maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3.4
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik pada scatterplot menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pada data tidak terjadi heteroskedastisitas model regresi linier yang digunakan.

IAIN JEMBER

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3.12
Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,045	3,912		4,613	,000
Persepsi Teknologi Informasi	,180	,093	,182	1,939	,055
Fitur Layanan	,378	,085	,417	4,456	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Berdasarkan data hasil olahan pada tabel yang disajikan, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 18,045 + 0,180X_1 + 0,378X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat dilihat bahwa variabel bebas yang lebih berpengaruh adalah variabel fitur layanan dengan koefisien 0,378. Sedangkan variabel persepsi teknologi informasi memiliki nilai koefisien lebih rendah sebesar 0,180. Maka dapat dilihat bahwa dari keseluruhan variabel bebas (persepsi teknologi informasi dan fitur layanan) berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Sedangkan hasil dari perhitungan nilai koefisien korelasi berganda (R) dan nilai koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3.13
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,247	2,429	,784

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Berdasarkan hasil dari perhitungan estimasi regresi, diperoleh nilai koefisien (R) adalah sebesar 0,512. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (adjusted R²) adalah sebesar 0,247. Yang berarti dari kedua variabel bebas (persepsi teknologi informasi dan fitur layanan) mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 24,7% terhadap variabel terikat yaitu penggunaan aplikasi *mobile banking*. Sedangkan 75,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya diluar penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Signifikansi T

Tabel 3.14

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,045	3,912		4,613	,000
Persepsi Teknologi Informasi	,180	,093	,182	1,939	,055
Fitur Layanan	,378	,085	,417	4,456	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat melalui nilai dari signifikan dari setiap variabel.

Untuk mencari rumus t_{tabel} :

$$n-2 = 100 - 2 = 98$$

- 1) Pengaruh persepsi teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* pada uji t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 1,939 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.
- 2) Pengaruh fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* pada uji t diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,456 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

b. Uji Signifikasi F

Tabel 3.15

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	203,699	2	101,849	17,257	,000 ^b
Residual	572,491	97	5,902		
Total	776,190	99			

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics version 22, 2019

Untuk mencari rumus F_{tabel} yaitu

$$df(n1) = k - 1 = 2 - 1 = 1$$

$$df(n2) = n - k = 100 - 2 = 98$$

Berdasarkan pada hasil uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 17,257 sedangkan f_{tabel} sebesar 3,938. Karena F_{hitung} sebesar 17,257 > F_{tabel} 3,938 maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

D. Pembahasan

Pembahasan hasil dari penelitian ini akan dijabarkan tentang hasil yang diperoleh dari penelitian ini sebagaimana berikut:

1. Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?

Hipotesis:

H_1 : persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Berdasarkan dari hasil uji t bahwa variabel persepsi teknologi informasi diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 1,939 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

2. Apakah fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?

Hipotesis:

H_2 : fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Berdasarkan dari hasil uji t bahwa variabel fitur layanan diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,456 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,661. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

3. Apakah persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?

Hipotesis:

H_3 : persepsi teknologi informasi dan fitur layanan berpengaruh secara simultan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

Kaidah pengujian:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_03 ditolak dan H_a3 diterima.

Berdasarkan pada hasil uji F diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 17,257 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,938. Karena F_{hitung} sebesar $17,257 > F_{tabel}$ 3,938. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh persepsi nasabah tentang teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi dengan melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* di bank tersebut, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari pengujian secara parsial dari variabel persepsi teknologi informasi terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* yang menunjukkan nilai t_{hitung} 1,939 lebih besar dari t_{tabel} 1,661. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi teknologi informasi berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.
2. Hasil dari pengujian secara parsial dari variabel fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* yang menunjukkan nilai t_{hitung} 4,456 lebih besar dari t_{tabel} 1,661. Sehingga dapat disimpulkan bahwa fitur layanan berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.
3. Hasil uji F secara simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa variabel persepsi teknologi informasi dan fitur layanan terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi

dimana diperoleh hasil F_{hitung} sebesar 17,257 sedangkan F_{tabel} sebesar 3,938. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi teknologi informasi dan fitur layanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap penggunaan aplikasi *mobile banking* di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi.

B. Saran

Penelitian ini hanya mencakup dua variabel bebas saja, sehingga masih perlu kajian tentang variabel-variabel bebas yang lain diluar model penelitian ini, seperti persepsi kemudahan, resiko dan lain lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Heny. 2017. *Penggunaan Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Bank Syariah Mandiri)* vol. 3 no. 1, 2017.
- Amijaya, Gilang Rizky. 2010. *Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro, 2010.
- Aryandi, Riski. 2015. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank BRI di Kota Purworejo)*. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Purworejo.
- Brata, Atep Adya. 2004. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Davis, Fred D. 1989. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MS Quartely, vol. 13 Iss. 3, pg.318, 1989.
- Dewi, Gita Mustika Kurnia. 2016. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Risiko, dan Kepercayaan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan ATM (Automatic Teller Machine) Bagi Nasabah Bank Cimb Niaga*. Artikel Ilmiah: STIE Perbanas Surabaya.
- Faisal, M. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Malang: UIN Malang Press.
- Firsan, N. 2011. *Crisis Public Relation: Strategi PR Menghadapi Krisis, Mengelola Isu, Membawa Citra, dan Reputasi Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitri, Fadhilatul. 2016. *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan, dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)*. Tesis: UIN Sumatra Utara Medan.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Haqiqi, Izza Halida. 2017. *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Net Banking (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KCP Kelapa Dua Tangerang)*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah.
- Irwanto. 2002. *Psikologi Umum*. Jakarta: Prenhallindo.

- Juliansya, Arius. 2018. *Pengaruh Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking (Nasabah BNI Syariah Palembang)*. Skripsi: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kasmir. 2014. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Khadir. 2019. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2007. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., dan K.L. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 2, edisi kedua belas*. Jakarta: PT Indeks.
- Latan, Hengky. 2013. *Analisis Multivariat Teknik Dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Nafiah, Novi Munimatun. 2016. *Pengaruh Teknologi Layanan Perbankan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di BNI Syariah Kantor Cabang Jember*. Skripsi: IAIN Jember
- Noviyanto. 2005. *Sistem Informasi Perbankan*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Nurastuti, Wiji. 2011. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Octaviansyah, Ilham. 2019. *Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BCA)*. Skripsi: UIN Jakarta.
- Prasetsyo, Lutvi Adi. 2019. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Teknologi Informasi, Fitur layanan dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking BRI Syariah (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNISA)*. Skripsi: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Setyobudi, Ismanto. 2004. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Malang: Gava Media.
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Suharman. 2005. *Psikologi kognitif*. Surabaya: Srikandi.
- Sukirmo, Sadono. 2011. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutarman. 2009. *Pengantar Teknologi informasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Suyanto, Bagong. 2007. *Penelitian komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: PT Lkis Pelangi Aksara.
- Tim Penyusun. 2015. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember Press.
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: PT Penerbit Andi.
- Triutami, Mery. 2016. *Pengaruh Teknologi Informasi, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking*. Skripsi: Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Wahyuni, Rovita Sri. 2017. *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Fitur Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. BRI Syariah Cabang Jember*. Skripsi: IAIN Jember.
- Walgito, Bimo. 2004. *Psikologi Sosial: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Fakultas Psikologi
- Zuardi, M. H. 2013. *Persepsi Nasabah Terhadap Sistem Pembiayaan Bagi Hasil Di Bank Jabar Syariah Kota Cirebon* Jurnal Tapis Vol. XIII, No. 01 Januari-Juni, 7.
- <https://ojk.go.id>
- <https://republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/19/10/14/bri-syariah-perkuat-digital-banking-bernama-bris-online>
- <https://www.brisyariah.co.id>
- <https://www.brisyariah.co.id/detailProduk.php?url=1&f=mobilebanking>
- <https://www.dream.co.id/dinar/penuhi-kebutuhan-masyarakat-brisyariah-perkuat-teknologi-191014j.html>

PERNYATAAN KEASLIAN PENULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mida Wijayanti
Nim : E20151113
Fakultas : Ekonomi & Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Institut : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember

Dengan ini menyatakan bahwa isi skripsi ini adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumber-sumbernya.

Jember, 18 Februari 2020

Saya yang menyatakan


MIDA WIJAYANTI
NIM. E20151113



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 1 mangli, Telp. : (0331) 487550, 427005, Fax. (0331) 427005, Kode Pos : 68136
Website : WWW.in-jember.ac.nid – e-mail : info@iain-jember.ac.id
J E M B E R

Nomor : B- 846 /In.20/7.a/PP.00.9/11/2019
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Pimpinan BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi
di-
Banyuwangi

Diberitahukan dengan hormat, mohon berkenan kepada Bapak
Pimpinan untuk memberikan izin penelitian dengan identitas sebagai berikut:

Nama Mahasiswa : MIDA WIJAYANTI
NIM : E20151113
Semester : IX
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Perbankan Syariah
No Telpon : 081233917826
Dosen Pembimbing : Agung Parmono, SE., M.Si
NIP : 197512162009121002
Judul Penelitian : PENGARUH PERSEPSI NASABAH TENTANG
TEKNOLOGI INFORMASI DAN FITUR LAYANAN
TERHADAP PENGGUNAAN APLIKASI MOBILE
BANKING DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG
BANYUWANGI

Demikian Surat Permohonan Izin Penelitian ini, atas perhatian dan
kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Jember, 11 November 2019

a.n. Dekan,

Wakil Dekan Bidang Akademik



Rokhim

SURAT KETERANGAN

B. 509-KC-BWI A YANI/11-2019

Assalamu'alaikum wr. wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Mida Wijayanti
N I M : E20151113
Jurusan : Ekonomi Islam
Universitas : IAIN (Institut Agama Islam Negeri Jember)

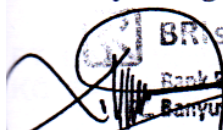
Yang bersangkutan telah melaksanakan Penelitian di PT Bank BRISyariah Kantor Cabang Banyuwangi pada tanggal 14 November s.d 14 Desember 2019 untuk Penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Di Brisyariah Kantor Cabang Banyuwangi.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Banyuwangi, 19 November 2019

**PT. Bank BRISyariah
KC Banyuwangi**


BRISyariah
Bank BRISyariah
Banyuwangi A. Yani

Adhitya Sisno Prabowo
Pimpinan Cabang

Banyuwangi, 19 November 2019

No.: B. 52 -KC-BWI A YANI/11/2019

Kepada :
IAIN Jember
Jl. Mataram No 1. Karang Miuwo
Mangli Kec Kaliwates
Jember

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan doa dari kami, semoga Bapak beserta seluruh Staff dalam keadaan sehat wal'afiat dan selalu dalam lindungan Allah S.W.T dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, Amin.

Sehubungan dengan permohonan penelitian dari IAIN (Institut Agama Islam Negeri) Jember perihal Penelitian dengan judul Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi Mobile Banking Di Brisyariah Kantor Cabang Banyuwangi, bersama ini kami memberikan konfirmasi bahwa kami memberikan ijin kepada mahasiswa atas nama: Mida Wijayanti, untuk melaksanakan Penelitian di Kantor Bank BRISyariah KC Banyuwangi, Jl A Yani no 95 Banyuwangi mulai tanggal 14 November s.d 14 Desember 2019.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kebijaksanaannya kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.







**PT. BANK BRISYARIAH
KC BANYUWANGI**


Bank Brisyariah
Kantor Cabang A. Yani

Adhitya Sisno Prabowo
Pemimpin Cabang

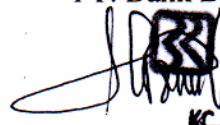
JURNAL PENELITIAN

PENELITIAN DI BRI SYARIAH KANTOR CABANG BANYUWANGI

NO	TANGGAL	KEGIATAN	PARAF
1.	14 November 2019	Pengajuan proposal izin penelitian ke BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi	
2.	16 November 2019	Konfirmasi Acc penelitian di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi	
3.	18 November 2019	Perkenalan diri untuk melakukan penelitian serta meminta informasi mengenai nasabah pengguna mobile banking di BRI Syariah Kantor cabang Banyuwangi	
4.	19-21 November 2019	Melakukan penelitian langsung kepada para nasabah pengguna mobile banking untuk mengisi kuesioner/angket	
5.	03 Desember 2019	Wawancara lanjutan, meminta struktur organisasi PT. Bank BRI Syariah Cabang Banyuwangi	
6.	16 Desember 2019	Pengambilan surat keterangan selesai penelitian PT. Bank BRI Syariah Cabang Banyuwangi sekaligus berpamitan bahwa telah selesai melakukan penelitian.	

Banyuwangi, 16 Desember 2019

PT. Bank BRI Syariah Cabang Banyuwangi


BRI syariah
Bank BRIsyariah
KC. Banyuwangi A. Yani

Hari Cahyono

MO

Lampiran 1

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Pengaruh Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> Di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi	<ol style="list-style-type: none"> Persepsi Nasabah Tentang Teknologi Informasi (X_1) Fitur layanan (X_2) Penggunaan Aplikasi <i>Mobile Banking</i> (Y) 	<ol style="list-style-type: none"> Kecepatan transaksi Efisiensi transaksi Mendukung aktivitas Kelengkapan fasilitas transaksi Kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan Memenuhi kebutuhan yang beragam Kemudahan penggunaan Keamanan penggunaan Biaya penggunaan 	<ol style="list-style-type: none"> Data Primer: Kuesioner/ Angket Data Sekunder: <ol style="list-style-type: none"> Dokumentasi Kepustakaan Website 	<ol style="list-style-type: none"> Pendekatan Penelitian: Kuantitatif Deskriptif Subyek Penelitian: Teknik non Probability Sampling Teknik Pengumpulan Data: Kuesioner Metode Analisa Data: Regresi Linier Berganda Dengan rumus: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$, Uji kualitas data, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis 	<ol style="list-style-type: none"> Apakah persepsi teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi? Apakah fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi? Apakah persepsi teknologi informasi dan fitur layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan aplikasi <i>mobile banking</i> di BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi?

Karakteristik Responden

1. Nama Responden:
2. Jenis Kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita
3. Umur Responden:

a. 16-25 Tahun	c. 36-45 Tahun
b. 26-35 Tahun	d. > 45 Tahun
4. Pekerjaan:

a. Pelajar/mahasiswa	d. Ibu rumah tangga
b. ABRI/Polri/PNS	e. Karyawan swasta
c. Wiraswasta	f. Pensiunan
5. Sejak kapan anda menggunakan *mobile banking*?
6. Berapa kali anda menggunakan *mobile banking* dalam satu bulan?

Kuesioner

Beri tanda check list (√) atau tanda silang (x) pada kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap pernyataan-pernyataan berikut ini, dengan pedoman: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, RR= Ragu-Ragu, TS= Tidak Setuju, dan STS= Sangat Tidak Setuju.

A. Persepsi Teknologi Informasi

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> karena kecepatannya.					
2.	Kecepatan transaksi dengan <i>mobile banking</i> sangat tinggi.					
3.	Transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> jarang terjadi gangguan.					
4.	Transaksi dengan menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu saya.					
5.	Menggunakan layanan <i>mobile banking</i> tidak perlu pergi ke lokasi bank.					
6.	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat di akses dimanapun dan kapanpun.					

7.	Teknologi <i>mobile banking</i> membantu aktivitas saya.					
8.	Waktu nasabah lebih digunakan untuk hal hal yang produktif.					
9.	Meminimalisir waktu untuk digunakan melakukan aktivitas yang lain.					

B. Fitur Layanan

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Bank menyediakan fasilitas transaksi dalam <i>mobile banking</i> .					
2.	Bank memberikan berbagai fasilitas informasi tentang produk dan jasa.					
3.	Didalam layanan <i>mobile banking</i> terdapat banyak inovasi produk.					
4.	Fasilitas <i>mobile banking</i> yang disediakan sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
5.	<i>Mobile banking</i> dapat melakukan segala macam transaksi yang dibutuhkan nasabah.					
6.	<i>Mobile banking</i> dapat menjamin kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi.					
7.	<i>Mobile banking</i> dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan.					
8.	Layanan <i>mobile banking</i> memiliki keberagaman layanan transaksi yang dibutuhkan oleh nasabah.					
9.	<i>Mobile banking</i> memberikan nasabah keberagaman fitur layanan sesuai dengan yang dibutuhkan.					

C. Penggunaan *Mobile Banking*

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	<i>Mobile banking</i> dapat dengan mudah dioperasikan oleh nasabah.					
2.	Saya merasa puas dalam menggunakan <i>mobile banking</i> karena memberikan kemudahan saat melakukan transaksi.					
3.	Menggunakan <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu karena tidak perlu mengantri di bank.					
4.	Transaksi melalui <i>mobile banking</i> memiliki keamanan yang sangat tinggi.					
5.	Bank menjamin keamanan transaksi yang dilakukan melalui <i>mobile banking</i> .					
6.	Keamanan bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> dapat diandalkan.					
7.	Biaya penggunaan <i>mobile banking</i> sangat murah.					
8.	Nasabah tidak perlu mengeluarkan biaya untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> .					
9.	Penggunaan <i>mobile banking</i> sangat menguntungkan.					

IAIN JEMBER

Lampiran 3

REKAPITULASI HASIL ANGKET PENELITIAN

No	Item																										Jumlah			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27		
1	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	2	3	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	105		
2	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	122		
3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	121		
4	4	3	3	5	5	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	118		
5	4	2	3	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	114		
6	4	3	3	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	117	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
8	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	117	
9	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	117
10	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	117
11	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	5	115
12	5	3	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	112	
13	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	116	
14	4	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	114	
15	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	3	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	113		
16	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	116	
17	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	111	
18	4	4	2	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	110	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	

44	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	114	
45	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5	120	
46	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	119	
47	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	126	
48	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	130
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	128
50	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	122
51	4	4	3	5	4	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	118
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135
53	4	4	2	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	115	
54	4	3	3	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	116	
55	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	117	
56	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	4	4	2	4	5	4	4	3	111	
57	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	106
58	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	3	107
59	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	112
60	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	114
61	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	2	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	113
62	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	117
63	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	115	
64	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	115	
65	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	112	
66	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	5	3	4	110	
67	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	2	5	5	3	4	118	

68	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	2	5	5	5	4	119
69	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	119
70	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	123
71	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	121
72	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	119
73	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	119
74	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	116
75	4	2	2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	113
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135
78	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	2	5	115
79	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	113
80	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3	116
81	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	119
82	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4	5	4	5	5	4	122
83	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	2	5	4	5	4	5	5	4	120
84	5	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	5	5	5	123
85	4	4	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	122
86	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	119
87	4	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	115
88	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	112
89	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	117
90	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	119
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135

92	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	118
93	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	3	5	114	
94	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	111	
95	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	110	
96	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	3	3	5	5	4	5	119	
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	
98	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	124	
99	4	4	3	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	135	

IAIN JEMBER

Lampiran 4

OUTPUT UJI VALIDITAS PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	,619**	,409**	,102	,356**	,166	-,098	,139	,140	,617**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,313	,000	,100	,331	,166	,166	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2 Pearson Correlation	,619**	1	,645**	,166	,190	,348**	-,016	,017	,208*	,741**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,098	,059	,000	,871	,866	,038	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3 Pearson Correlation	,409**	,645**	1	,130	,084	,241*	,028	,287**	,281**	,736**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,199	,406	,016	,785	,004	,005	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ITEM4	Pearson Correlation	,102	,166	,130	1	,186	,262**	,111	-,075	,021	,374**
	Sig. (2-tailed)	,313	,098	,199		,064	,009	,273	,458	,834	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	,356**	,190	,084	,186	1	,082	,066	-,047	,208*	,410**
	Sig. (2-tailed)	,000	,059	,406	,064		,418	,517	,640	,038	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,166	,348**	,241*	,262**	,082	1	,102	,047	,032	,536**
	Sig. (2-tailed)	,100	,000	,016	,009	,418		,312	,642	,753	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	-,098	-,016	,028	,111	,066	,102	1	,165	-,139	,225*
	Sig. (2-tailed)	,331	,871	,785	,273	,517	,312		,102	,169	,024
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	,139	,017	,287**	-,075	-,047	,047	,165	1	,255*	,407**

	Sig. (2-tailed)	,166	,866	,004	,458	,640	,642	,102		,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM9	Pearson Correlation	,140	,208*	,281**	,021	,208*	,032	-,139	,255*	1	,447**
	Sig. (2-tailed)	,166	,038	,005	,834	,038	,753	,169	,010		,000
	N	100	100	100	100	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).

IAIN JEMBER

OUTPUT UJI VALIDITAS FITUR LAYANAN

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	,575**	,401**	,584**	,184	,279**	,090	-,153	-,244*	,520**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,067	,005	,374	,130	,015	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2 Pearson Correlation	,575**	1	,347**	,314**	,232*	,406**	,114	-,165	-,037	,542**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,020	,000	,259	,102	,713	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3 Pearson Correlation	,401**	,347**	1	,489**	,333**	,189	,353**	-,033	-,074	,639**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,060	,000	,743	,464	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ITEM4	Pearson Correlation	,584**	,314**	,489**	1	,212*	,113	,160	-,009	-,229*	,530**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,034	,262	,113	,933	,022	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	,184	,232*	,333**	,212*	1	,216*	,210*	,023	,078	,483**
	Sig. (2-tailed)	,067	,020	,001	,034		,031	,036	,822	,441	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,279**	,406**	,189	,113	,216*	1	,457**	,185	,371**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,060	,262	,031		,000	,066	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	,090	,114	,353**	,160	,210*	,457**	1	,131	,269**	,604**
	Sig. (2-tailed)	,374	,259	,000	,113	,036	,000		,195	,007	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	-,153	-,165	-,033	-,009	,023	,185	,131	1	,636**	,370**

	Sig. (2-tailed)	,130	,102	,743	,933	,822	,066	,195		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM9	Pearson Correlation	-,244*	-,037	-,074	-,229*	,078	,371**	,269**	,636**	1	,404**
	Sig. (2-tailed)	,015	,713	,464	,022	,441	,000	,007	,000		,000
	N	100	100	100	100	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).

IAIN JEMBER

OUTPUT UJI VALIDITAS PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING*

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	ITEM9	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	,470**	,461**	,396**	,169	,365**	,030	-,152	-,084	,529**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,092	,000	,766	,132	,408	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM2 Pearson Correlation	,470**	1	,226*	,123	,136	,227*	,248*	,003	,199*	,560**
Sig. (2-tailed)	,000		,024	,221	,178	,023	,013	,975	,047	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM3 Pearson Correlation	,461**	,226*	1	,333**	,378**	,082	,313**	,141	-,020	,617**
Sig. (2-tailed)	,000	,024		,001	,000	,415	,002	,163	,840	,000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

ITEM4	Pearson Correlation	,396**	,123	,333**	1	,226*	,289**	-,066	-,050	,081	,541**
	Sig. (2-tailed)	,000	,221	,001		,024	,004	,516	,622	,422	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM5	Pearson Correlation	,169	,136	,378**	,226*	1	,208*	-,175	,141	,025	,544**
	Sig. (2-tailed)	,092	,178	,000	,024		,038	,082	,161	,803	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM6	Pearson Correlation	,365**	,227*	,082	,289**	,208*	1	-,068	-,011	,016	,441**
	Sig. (2-tailed)	,000	,023	,415	,004	,038		,504	,913	,874	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM7	Pearson Correlation	,030	,248*	,313**	-,066	-,175	-,068	1	,371**	,208*	,363**
	Sig. (2-tailed)	,766	,013	,002	,516	,082	,504		,000	,038	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM8	Pearson Correlation	-,152	,003	,141	-,050	,141	-,011	,371**	1	,133	,436**

	Sig. (2-tailed)	,132	,975	,163	,622	,161	,913	,000		,187	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM9	Pearson Correlation	-,084	,199*	-,020	,081	,025	,016	,208*	,133	1	,362**
	Sig. (2-tailed)	,408	,047	,840	,422	,803	,874	,038	,187		,000
	N	100	100	100	100	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).

IAIN JEMBER

Lampiran 5

OUTPUT UJI RELIABILITAS

1. ANGGKET PERSEPSI TEKNOLOGI INFORMASI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	9

2. ANGGKET FITUR LAYANAN

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,681	9

3. PENGGUNAAN APLIKASI *MOBILE BANKING*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,573	9

Lampiran 6

OUTPUT HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi ^b		Enter

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi

Mobile Banking

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,512 ^a	,262	,247	2,429	,784

a. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi

b. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203,699	2	101,849	17,257	,000 ^b
	Residual	572,491	97	5,902		
	Total	776,190	99			

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

b. Predictors: (Constant), Fitur Layanan, Persepsi Teknologi Informasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,045	3,912		4,613	,000
	Persepsi Teknologi Informasi	,180	,093	,182	1,939	,055
	Fitur Layanan	,378	,085	,417	4,456	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Coefficient Correlations^a

Model		Fitur Layanan	Persepsi Teknologi Informasi
1	Correlations	Fitur Layanan	1,000
		Persepsi Teknologi	-,365
		Informasi	1,000
	Covariances	Fitur Layanan	,007
		Persepsi Teknologi	-,003
		Informasi	,009

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

Residuals Statistics^a

	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	36,40	43,14	39,59	1,434	100
Residual	-4,337	5,731	,000	2,405	100
Std. Predicted Value	-2,226	2,478	,000	1,000	100
Std. Residual	-1,785	2,359	,000	,990	100

a. Dependent Variable: Penggunaan Aplikasi *Mobile Banking*

DOKUMENTASI PENELITIAN

1. Wawancara dengan MO BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi Bapak Hari Cahyono.



2. Menyebar kuesioner kepada salah satu karyawan BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi yang menggunakan aplikasi *mobile banking*.



3. Menyebar kuesioner kepada nasabah pengguna *mobile banking* BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi





4. Foto bersama Pimpinan Cabang BRI Syariah Kantor Cabang Banyuwangi Bapak Adhitya Sisno Prabowo (tengah) dan Salah Satu AO Bapak Rizak Mada Istanto (kanan).



BIODATA PENULIS



Data Pribadi

Nama : Mida Wijayanti
NIM : E20151113
Tempat, tanggal lahir : Kediri, 21 Juli 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Nama Kampus : IAIN Jember
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Alamat : Jl. Mertoharjo RT/RW. 002/002 Dusun Dawuhan
Desa Kawedusan Kec. Plosoklaten Kab. Kediri
HP : 081233917826
E-mail : midawijayanti639@gmail.com

Pendidikan Formal

- 2001-2003 : TK Dharma Wanita
- 2003-2009 : SDN 1 KAWEDUSAN.
- 2009-2012 : SMPN 1 PLOSOKLATEN.
- 2012-2015 : SMAN 1 PLOSOKLATEN.
- 2015- Sekarang : IAIN JEMBER
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.
Program Studi Perbankan Syariah (PS).