

**DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Oleh:

**NAMA : HELPINA NOVRIANI
NPM : 1905170288
PROGRAM STUDI : SARJANA AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang disenggarakan pada hari Rabu, tanggal 30 Agustus 2023, pukul 08.30 WIB sesuai dengan salinan, sudah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama Lengkap : HELYSA NOVRIANI
 N.P.M : 1905170288
 Program Studi : AKUNTANSI
 Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
 Judul Skripsi : DETERMINAN MINAT BERKONSUMSI MOBILE BANKING (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PERBANKAN SYARIAH)

Diyatakan : (A) Lulus Ujian dan telah memperoleh persetujuan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Pena Penguji

Penguji I

(RECKA BANI HARAHAR, S.E., M.Sc., C.A., CPA)

Penguji II

(LILI KALSUM, S.E., M.Si.)

Penyambung

(Dr. H. ABEN RAMBE, S.E., M.Si.)

Penasihat Ujian

Ketua

(Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **HELPINA NOVRIANI**
NPM : **1905170288**
Program Studi : **AKUNTANSI**
Konsentrasi : **AKUNTANSI MANAJEMEN**
Judul Penelitian : **DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah)**

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Agustus 2023

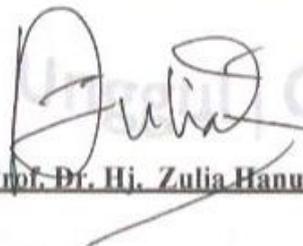
Pembimbing


(Dr. H. Ihsan Rambe, S.E., M.Si)

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis


(Assoc. Prof. Dr. Hj. Zulia Hanum, S.E., M.Si)


(Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Muchtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : HELPINA NOVRIANI
N P M : 1905170288
Dosen Pembimbing : Dr. H. IHSAN RAMBE, SE., M.Si
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Penelitian : DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah)

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	fenomena sesuai saran penguj.	17/7-23	
Bab 2		17/7-23	
Bab 3	Pengumpulan data sesuai saran penguj.	17/7-23	
Bab 4	Data hasil peneliti sesuai dgn teknik analisis teknik operasi perantara hasil dan pembahasan sesuai dgn RAB & Keempat Manik Model, analisis outer & inner, hasil & pembahasan peneliti dgn peneliti sebelumnya	17/7-23 21/7-23 2/8-23	
Bab 5	terakhir keempat dgn penabalan Tambahkan saran serta opsional	17/7-23 27/8-23 9/8-23 12/8-23	
Daftar Pustaka	Mendeleev sifat to dan kahl Tambah dgn tulis dosen	17/7-23 2/8-23 9/8-23 12/8-23	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	Ace.	15/8-23 18	

Dosen Pembimbing

(Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si)

Medan, Agustus 2023
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi

(Assoc. Prof. Dr. Hj. Zulia Hanum, SE., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : HELPINA NOVRIANI

NPM : 1905170288

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul "Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah" adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan

HELPINA NOVRIANI

DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah)

Helpina Novriani

1905170288

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah). Jenis pendekatan dalam penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif dengan pengumpulan data menggunakan observasi dan data primer yang diperoleh dari pengisian kuesioner yang disebarakan kepada responden. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa perbankan syariah angkatan 2019-2022. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *rumus slovin* yang didapatkan sampel sebanyak 100 mahasiswa perbankan syariah. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis (*path confident*) dengan program SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. Persepsi Kemudahan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking. Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Secara Bersama-sama Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking.

Kata Kunci : Minat Pengguna, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan

DETERMINANTS OF INTEREST IN USE OF MOBILE BANKING

(Case Study on Islamic Banking Students)

Helpina Novriani

1905170288

ABSTRACT

This study aims to analyze the determinants of interest in using mobile banking (case study on Islamic banking students). The type of approach in this study is associative quantitative with data collection using observation and primary data obtained from filling out questionnaires distributed to respondents. The research population is all Islamic banking students from the 2019-2022 class. The sampling technique in this study used the slovin formula, which obtained a sample of 100 Islamic banking students. The data analysis technique used in this study uses analysis (path confident) with the SmartPLS 4.0 program. The results of the study show that Perceived Usefulness has no effect on Interest in Using Mobile Banking. Perceived ease of use Interest in Using Mobile Banking. Perceived Trust Influences Interest in Using Mobile Banking. . Perceived Usability, Perceived ease of use, and Perceived Trust worthiness Have a Concurrent Effect on Interest in Using Mobile Banking.

Keywords: User Interest, Perceived Usefulness, Perceived ease of use, and Perceived Trust

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan kesehatan, kemudahan dalam setiap kesulitan, serta kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Shalawat beriringan salam penulis persembahkan ke pangkuan Nabi Muhammad SAW, yang telah memberi petunjuk bagi umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya teruntuk kedua orang tua saya, Ayahanda Burhanuddin dan Ibunda Silawati yang telah mendidik dan mendukung saya dalam pembuatan skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak **Dr. H. Januri S.E., M.M, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak **Assoc Prof Dr. Ade Gunawan S.E., M.Si.** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak **Dr. Hasrudy Tanjung S.E., M.Si.** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu **Assoc. Prof. Dr. Hj. Zulia Hanum SE, M.Si** selaku Ketua program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak **Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA** selaku sekretaris program studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak **Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.
8. Seluruh Dosen di Fakultas Ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan segala ilmu pengetahuan kepada peneliti.
9. Kepada **Aldi Renaldo** dan **Helpina Novriani** Terimakasih sudah bangkit kembali dan menyelesaikan semua ini. Tidak peduli seberapa putus asanya tetaplah mencoba untuk bangkit. Terimakasih sudah bertahan dan semoga semua akan baik-baik saja.
10. Kepada kak **Rizki Arvi Yunita** yang sudah membantu saya dalam mengerjakan skripsi ini agar menjadi lebih baik lagi.
11. Kepada teman-teman Angkatan 2019 yang ada di kelas F Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
12. Kepada **Nadhila Umarah Syandra, Karina Lolo, dan Nadila Putri Vanitha** yang telah memberi dukungan secara tidak langsung kepada

penulis dalam mengerjakan skripsi.

13. Kepada teman seperjuangan saya **Agatha Dwi Natasya, Nadia Eka Saputri,** dan **Irma Octaviani** yang telah menemani penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
14. Kepada para beban hidup **Raihan Ramadhani, Silya Maharani,** dan **Wafiqa Azizah** yang telah memberi semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam pembuatan skripsi.
15. Kepada semua pihak yang terlibat namun tidak dapat saya sebutkan satu-persatu.

Akhir kata penulis ucapkan banyak terima kasih untuk para pendukung penulis dalam membuat skripsi ini, sehingga bisa menjadi skripsi yang lebih baik.

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Agustus 2023

HELPINA NOVRIANI

1905170288

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Kajian Peneliti Terdahulu	19
2.3 Kerangka Berpikir Konseptual	22
2.4 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian	27
3.2 Definisi Operasional	27
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.6 Teknik Analisa Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Deskripsi Data	39
4.1.2 Karakteristik Responden.....	39

4.1.3 Tabulasi Jawaban Responden.....	41
4.1.4 Analisis Data.....	49
4.2 Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan	70
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel.....	28
Tabel 3 2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
Tabel 3 3 Populasi Mahasiswa Perbankan Syariah.....	30
Tabel 3 4 Instrumen Skala Likert.....	32
Tabel 4 1 Instrumen Skala Likert.....	39
Tabel 4 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4 4 Kuesioner Persepsi Kegunaan.....	41
Tabel 4 5 Kuesioner Persepsi Kemudahan	43
Tabel 4 6 Kuesioner Persepsi Kepercayaan.....	45
Tabel 4 7 Kuesioner Persepsi Minat Pengguna	47
Tabel 4 8 Statistik Deskriptif	50
Tabel 4 9 Uji Multikolinieritas	52
Tabel 4 10 Outer Loadings.....	54
Tabel 4 11 Discriminant Validity Metode Average Variance Extracted (AVE) ...	55
Tabel 4 12 Composite reliability.....	56
Tabel 4 13 Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 4 14 Koefisien Determinasi	58
Tabel 4 15 F-Square.....	60
Tabel 4 16 Uji Statistik T.....	61
Tabel 4 17 Uji Statistik F.....	62
Tabel 5 1 Daftar Pernyataan.....	77
Tabel 5 2 Jawaban Responden.....	80
Tabel 5 3 Uji Kualitas Data.....	82
Tabel 5 4 Uji Statistik	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Pengguna Mobile Banking.....	2
Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	25
Gambar 4 1 Model <i>Partial Least Square</i> (PLS)	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, Kemajuan teknologi yang semakin pesat dari tahun ke tahun memberikan kontribusi bagi keberhasilan operasi bisnis dalam persaingan bisnis. Lebih mudah dan cepat dalam memperoleh informasi melalui pemanfaatan teknologi yang fleksibel selama interaksi antar individu untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini memberikan pengaruh pada pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi baik dalam inisiatif masyarakat ekonomi maupun sosial (Rahayu, 2019).

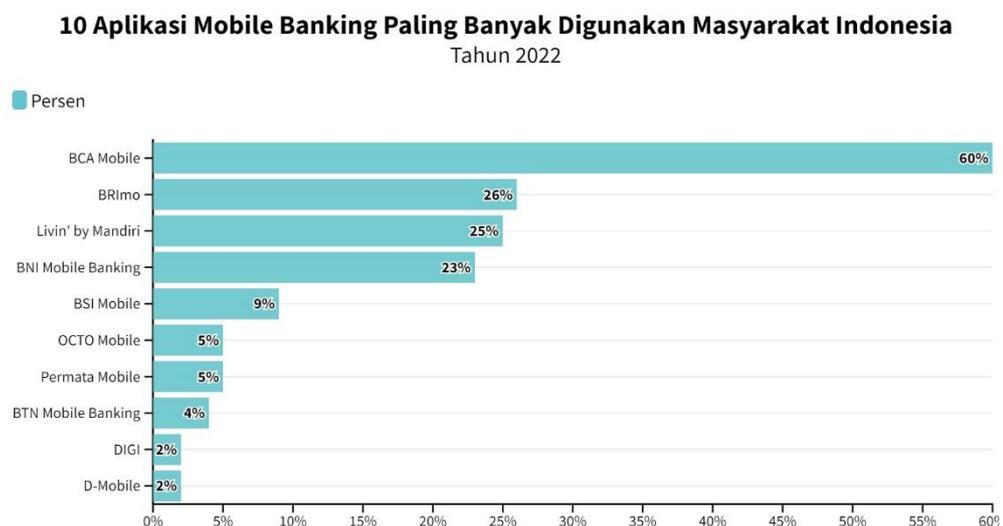
Salah satu industri yang memanfaatkan pertumbuhan teknologi informasi ini adalah perbankan. Perkembangan teknologi ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja organisasi dan menjalankannya dengan sukses. Hal ini diwujudkan dengan sistem pelayanan terhadap nasabah dalam bentuk *mobile banking* (Hanif Astika Kurniawati 2017).

Menurut (Sulistiyarini, 2012) *Mobile banking* adalah salah satu bentuk terbaru dari *e-banking* yang ditawarkan oleh lembaga keuangan dengan menggunakan teknologi *smartphone* untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan operasi keuangan.

Mobile banking memiliki begitu banyak keunggulan dan manfaat yang secara keseluruhan membantu nasabah perbankan agar dapat melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja. Namun, sebagian besar nasabah perbankan masih belum menggunakan layanan tersebut dan tidak sedikit dari mereka yang masih

memilih menggunakan ATM atau datang langsung ke kantor-kantor cabang perbankan daripada menggunakan aplikasi mobile banking (Pratama et al. 2019).

Di Indonesia bank pemerintahan maupun swasta berlomba-lomba untuk meluncurkan *mobile banking*, BCA merupakan bank pertama yang menggunakan sistem *mobile banking* selanjutnya di ikuti oleh Bank Mandiri, BRI, BNI (Harlan, 2014). Banyak nasabah yang berminat menggunakan *mobile banking* dan setiap nasabah memiliki *mobile banking* yang berbeda-beda dimana *mobile banking* tersebut memiliki beberapa fitur dan kegunaan yang berbeda tergantung bagaimana para nasabah menanggapi mengenai sistem informasi teknologinya.



Gambar 1 1 Pengguna Mobile Banking

Berdasarkan gambar 1.1 diatas terlihat bahwa pengguna *mobile banking* pada tahun 2022 yang banyak diminati oleh nasabah yaitu mulai dari BCA, BRImo, Livin By Mandiri, BSI Mobile, OCTO Mobile, Permata Bank, BTN Mobile Banking, DIGI, dan terakhir D-Mobile. Dalam hal ini *mobile banking* banyak

diminati terutama pada mahasiswa yang merupakan pengguna aktif *mobile banking*.

Menurut (Uno, 2023) Teori motivasi adalah kualitas yang dimiliki setiap orang yang mendorong mereka untuk mengejar perubahan yang akan memenuhi kebutuhan mereka. Dalam motivasi terdapat dua faktor yang akan mendorong individu agar tetap berusaha dan memperoleh kepuasan yang diinginkan. Adapun faktor tersebut yaitu, faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik tidak memerlukan bantuan dari luar karena sudah ada di dalam setiap individu yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Bertentangan dengan faktor ekstrinsik, yang ditandai dengan kehadiran individu luar seperti dalam bidang Pendidikan yang terdapat minat positif terhadap kegiatan Pendidikan karena melihat adanya manfaat (Uno, 2023).

Minat adalah sifat psikologis terpenting yang dapat digunakan seseorang untuk mencapai tujuannya. Seseorang yang memiliki keinginan kuat terhadap suatu objek, tetapi jika objek tersebut tidak menimbulkan keinginan yang kuat untuk melakukannya, maka orang tersebut tidak akan lagi memiliki keinginan untuk terlibat pada objek tersebut. Minat dapat diartikan sebagai setiap keinginan yang muncul dari persepsi seseorang terhadap suatu objek tertentu, seperti benda, atau dapat juga digambarkan sebagai dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu (Iriani, 2019).

Setiap orang memiliki persepsi mereka sendiri tentang apa yang dipertimbangkan, diamati, dan dirasakan. Adanya persepsi dalam menggunakan

suatu teknologi memiliki pengaruh besar terhadap minat seseorang terkait menggunakan atau tidak menggunakannya. Adapun persepsi yang dipertimbangkan adalah persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Pada dasarnya nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank. Namun sebaliknya, ketika nasabah menganggap faktor tersebut tidak sesuai maka nasabah kurang berminat menggunakan *mobile banking*.

Persepsi kegunaan dianggap mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*. kegunaan merupakan salah satu hal yang diperhatikan oleh nasabah pada saat menggunakan suatu layanan perbankan. Selain persepsi kegunaan, persepsi Kemudahan penggunaan dianggap penting untuk diteliti sebab nasabah akan berniat untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* jika aplikasi tersebut mudah dipahami dan digunakan (Pratama et al. 2019).

Suatu sistem akan lebih cepat diterima ketika merasakan kegunaan dan kemudahan pengoprasian sistem tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Sulmi et al., 2021) yang mengatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap minat pengguna *mobile banking*. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Dirwan, 2022) bahwa kemudahan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Berdasarkan observasi awal pada mahasiswa perbankan syariah, banyak mahasiswa saat ini menggunakan *mobile banking* untuk melakukan transaksi keuangan, yang paling sering digunakan di antara mahasiswa adalah BSI, BRI, BNI, dan Mandiri. Di daerah tertentu contohnya seperti aceh, tidak terdapat lagi bank konvensional lain selain BSI yang membuat pengguna *mobile banking* tersebut mengalami kesulitan dalam melakukan transaksi dikarenakan sistem BSI saat ini sedang mengalami kerusakan pada sistem IT BSI, sehingga mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* BSI tidak dapat melakukan transaksi seperti pembelian, pembayaran dan yang lainnya. Beberapa *mobile banking* tersebut memiliki kegunaan serta kemudahan yang berbeda, hal ini menjadi tantangan bagi industri perbankan dan munculnya perbandingan yang ditawarkan oleh bank lainnya.

Setiap layanan sistem informasi akan memberikan kegunaan dan kemudahan kepada pengguna yang kemungkinan akan akurat. Jika lebih banyak pengguna percaya bahwa *mobile banking* berguna, maka *mobile banking* akan menjadi daya tarik bagi pengguna. Begitu juga sebaliknya, jika seorang pengguna percaya bahwa *mobile banking* tidak memiliki kegunaan dan kemudahan maka nasabah kurang berminat dalam menggunakan layanan tersebut. Salah satu kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan *mobile banking* yaitu dapat meningkatkan produktifitas, efektivitas, mudah dipahami dan bermanfaat bagi pengguna.

Namun disamping kegunaan dan kemudahan yang ditawarkan *mobile banking*, transaksi menggunakan *mobile banking* juga memberikan beberapa

permasalahan seperti takut tertipu, kadang menerima transferan yang lama, takut kurang keakuratan transaksi, seperti yang terjadi saat ini yaitu kurangnya saldo atau saldo yang terblokir pada pengguna *mobile banking* BSI yang membuat pengguna merasa tidak aman akan hal tersebut. Banyak mahasiswa yang menggunakan *mobile banking* untuk menyelesaikan transaksi keuangan akan tetapi kurangnya keamanan dalam teknologi tersebut membuat pengguna tidak percaya untuk menggunakan *mobile banking*.

Permasalahan tersebut menimbulkan sikap ketidakpercayaan mahasiswa terhadap penggunaan *mobile banking*. Oleh karena itu, masalah kepercayaan penting dalam menjaga transaksi agar berjalan dengan baik. Mahasiswa yang tidak berpikiran modern akan mengurungkan minatnya untuk tidak menggunakan *mobile banking*. Mereka menyatakan bahwa *mobile banking* adalah transaksi yang membutuhkan biaya, rumit serta mudah tertipu.

Dalam dunia bisnis kepercayaan sangatlah penting. Kepercayaan adalah faktor kunci dalam membangun komunikasi secara timbal balik. Selain itu, secara empiris dapat mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan. Penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap minat dilakukan oleh (Lieny, 2021) yang mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lestari, 2016) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi minat pengguna *mobile banking*. Sedangkan pada penelitian (Rozi

& Ziyad, 2019) yang mengatakan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kegunaan dan persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

Berdasarkan fenomena tersebut timbul ketertarikan untuk meneliti minat penggunaan *mobile banking*. sehingga membuka peluang bagi peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul “**Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah yang berkenaan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Beberapa *mobile banking* memiliki kegunaan serta kemudahan yang berbeda, hal ini menjadi tantangan bagi industri perbankan dan munculnya perbandingan yang ditawarkan oleh bank lainnya.
2. Banyak Nasabah yang menggunakan *mobile banking* untuk menyelesaikan transaksi keuangan akan tetapi kurangnya keamanan dalam teknologi tersebut yang membuat pengguna tidak percaya akan menggunakan menggunakan *mobile banking*.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan tujuan yang hendak dicapai, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan hanya menganalisis mengenai persepsi Kegunaan, Kemudahan dan kepercayaan, terhadap minat pengguna *mobile banking*.

1.4 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang penelitian di atas, maka dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu :

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*?
2. Apakah persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*?
3. Apakah persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*?
4. Apakah persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh secara bersama-sama terhadap pengguna *mobile banking*?

1.5 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan yang dilakukan dalam penelitian yaitu untuk mengetahui :

1. Pengaruh kegunaan terhadap minat pengguna *mobile banking*
2. Pengaruh kemudahan terhadap minat pengguna *mobile banking*
3. Pengaruh kepercayaan terhadap minat pengguna *mobile banking*.
4. Pengaruh kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan secara bersama-sama terhadap minat pengguna *mobile banking*.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bias menjadi penunjang perkembangan ilmu pengetahuan khususnya terkait tentang faktor yang mempengaruhi minat dalam menggunakan *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan menjadi bahan perbandingan penelitian selanjutnya dengan meningkatkan pengetahuan dan keyakinan tentang faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* terhadap mahasiswa.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi mahasiswa lain untuk dijadikan sebagai dasar perbandingan bagi mahasiswa yang meliputi permasalahan yang sama dan diharapkan sebagai pertimbangan untuk pemilihan karir bagi mahasiswa akuntansi setelah menyelesaikan studinya.

c. Bagi Perbankan

Bagi instansi hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan pada sistem teknologi perbankan untuk meningkatkan layanan *mobile banking* dan menjadi masukan yang berguna untuk industri perbankan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Motivasi

Setiap orang memiliki kebutuhan yang berbeda tergantung pada gaya hidup dan untuk mencapai tujuan mereka untuk memenuhi kebutuhan. Biasanya, motivasi berfungsi sebagai pendorong kunci bagi seseorang untuk melakukan hal yang mereka inginkan. Seseorang dapat mengklaim memiliki motivasi yang kuat ketika orang tersebut memiliki tekanan internal yang kuat untuk mencapai apa yang akan dilakukan. Setiap orang akan memiliki motivasi yang berbeda, tetapi perbedaan ini tergantung pada situasi dan hasil yang diinginkan.

Sebelum mengacu pada pengertian motivasi, penting untuk mengenali kata motif. Motif adalah dorongan internal seseorang untuk melakukan tugas untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, motivasi adalah kualitas yang dimiliki setiap orang yang mendorong mereka untuk mengejar perubahan yang akan memenuhi kebutuhan mereka. Dalam motivasi terdapat dua faktor yang akan mendorong individu agar tetap berusaha dan memperoleh kepuasan yang diinginkan. Adapun faktor tersebut yaitu, faktor intrinsik dan ekstrinsik. Faktor intrinsik tidak memerlukan bantuan dari luar karena sudah ada di dalam setiap individu, baik sesuai dengan kebutuhan mereka atau dengan cara yang konsisten dengan mereka. Bertentangan dengan faktor ekstrinsik, yang ditandai dengan kehadiran individu luar seperti dalam bidang Pendidikan yang terdapat minat positif terhadap kegiatan Pendidikan karena melihat adanya manfaat (Uno, 2023).

Motivasi ini sangat berperan penting untuk membantu mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, maka menentukan penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa perbankan syariah ditentukan berdasarkan persepsi mereka masing-masing, apakah dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dengan adanya persepsi kemudahan, kegunaan, dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Seorang mahasiswa memiliki persepsi yang dipilihnya dapat memberikan apa yang diharapkan oleh mahasiswa tersebut.

2.1.2 Minat

2.1.2.1 Pengertian Minat

Menurut Slameto (2010) mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas, sehingga seseorang yang berminat terhadap aktivitas akan memperhatikan aktivitas itu secara konsisten dengan rasa senang.

Menurut Widyastuti (2017) minat merupakan keinginan seseorang yang didorong oleh sebuah keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan dan mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Minat merupakan kecenderungan hati yang tinggi akan sebuah hal.

Menurut (Sitompul & Hayati, 2019) Minat dapat didefinisikan sebagai komitmen yang dibuat oleh seseorang untuk melakukan tugas tertentu dengan keinginan, keinginan dan aktivitas yang diperlukan untuk menyelesaikan tugas tersebut.

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Minat adalah sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan tindakan yang mereka inginkan saat mereka bebas memilih. Selain itu, minat adalah jenis keadaan mental yang terdiri dari perasaan, harapan, pendirian, dan prasangka.

2.1.2.2 Manfaat dan Tujuan Minat

Manfaat dan tujuan minat yaitu :

1. Minat bermanfaat sebagai pendorong keinginan seseorang, dengan adanya unsur-unsur rasa tertarik, perhatian, dan harapan.
2. Penguat Hasrat, perasaan senang yang membuat individu da kecenderungan untuk berhubungan lebih aktif lagi terhadap objek yang menjadi perhatian.
3. Penggerak yang berasal dari dalam diri seseorang untuk melakukan tugas tertentu dengan tujuan dan fokus sehari-hari.

2.1.2.3 Indikator Minat

Menurut Walgito (2015) ada beberapa indikator dalam minat menggunakan *mobile banking* yaitu :

1. Ketertarikan pada obyek minat, Ketertarikan pada objek minat yaitu nasabah memiliki perhatian yang selalu tertuju dan terpusat pada *mobile banking*.
2. Perasaan senang, nasabah yang berminat untuk menggunakan *mobile banking* terlihat memiliki perasaan senang dalam menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi.

3. Kecenderungan untuk menggunakan, sering tidaknya nasabah berkeinginan untuk menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi sehari-hari. Konsumen yang minat menggunakannya tinggi akan terlihat dari frekuensinya dalam menggunakan *mobile banking* yang tinggi.

2.1.2.4 Faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Minat

Menurut (Soraya, 2015) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat sebagai berikut :

1. Faktor dorongan dari dalam, Timbul minat dari dalam diri seseorang dapat didorong berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
2. Faktor motif sosial, Kenutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
3. Faktor emosional, Ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu objek tertentu.

Dalam penggunaan *mobile banking* Mahasiswa akan berminat menggunakannya ketika adanya kegunaan, kemudahan, serta kepercayaan tersebut sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Adapun faktor yang mempengaruhi minat penggunaan *mobile banking* yaitu :

1. Persepsi kegunaan, minat pengguna *mobile banking* mendapatkan manfaat seperti melakukan transaksi menggunakan smart phone dan jaringan data.
2. Persepsi kemudahan, minat pengguna *mobile banking* mendapatkan kemudahan untuk bertransaksi tanpa harus melibatkan orang lain.

3. Persepsi kepercayaan, minat pengguna mobile banking mendapatkan kepercayaan mengenai kerahasiaan dan keamanan data dalam bertransaksi.

2.1.3 Persepsi Kegunaan

2.1.3.1 Pengertian Persepsi Kegunaan

Davis *et al.* 1989 mengemukakan bahwa persepsi terhadap kegunaan atau kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi (Maulana *et al.*, 2019).

Menurut Taylor dan Todd (1995) persepsi kegunaan didefinisikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi akan meningkatkan kinerjanya. Dengan kata lain, konstruk ini mengandung suatu kepercayaan (*belief*) dalam hal pengambilan keputusan (Sulistiyarini, 2012).

Davis *et al.* (1989) persepsi terhadap kemanfaatan sebagai kemampuan subjektif pengguna di masa yang akan datang di mana dengan menggunakan sistem aplikasi yang spesifik akan meningkatkan kinerja dalam konteks organisasi. Hal serupa juga diungkapkan Shun Wang *et al.* (2003) bahwa persepsi kemanfaatan merupakan definisi dimana seseorang percaya dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerja mereka (Fadlan & Dewantara, 2018).

Dalam konteks penggunaan *mobile banking*, kegunaan dapat di nyatakan bahwa menggunakan suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas bagi pengguna. Jika pengguna menerima bahwa sistem informasi tersebut dapat

menawarkan bantuan dalam melakukan tugas atau pekerjaan, maka pengguna sistem informasi akan mulai menggunakannya.

2.1.3.2 Manfaat dan Tujuan Persepsi Kegunaan

Manfaat dan tujuan persepsi kegunaan :

1. Dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang digunakan adalah suatu hal yang berguna dan bukan merupakan beban bagi pengguna.
2. Nasabah dapat melakukan transaksi di mana saja, kapan saja, hanya dengan menggunakan perangkat mobile pribadi mereka.
3. Nasabah mempunyai pemahaman mengenai kegunaan dari penggunaan teknologi informasi tersebut.

2.1.3.3 Indikator Persepsi Kegunaan

Menurut (Fatmawati, 2015) ada beberapa indikator dalam persepsi kegunaan penggunaan *mobile banking* yaitu :

1. Meningkatkan kinerja (*improve job performance*)
2. Meningkatkan produktivitas (*increase productivity*)
3. Efektifitas (*effectiveness*)
4. Mempermudah pekerjaan (*make job easier*)
5. Bermanfaat (*useful*)

2.1.4 Persepsi Kemudahan

2.1.4.1 Pengertian Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan adalah konstruk yang menggambarkan bagaimana menggunakan sistem informasi tertentu berdasarkan teknologi sesuai dengan skala usaha yang sedang digunakan (Lestari, 2016).

Persepsi kemudahan penggunaan diyakini memiliki pengaruh yang kuat dalam pembentukan sikap seorang individu dalam menerima sebuah teknologi (Syahniar, Herlambang, and Puspitadewi 2021).

Menurut (Davis, 1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan yang dirasakan sebagai keyakinan seseorang merasa nyaman menggunakan sistem tertentu, sehingga tidak perlu mengeluarkan usaha yang keras.

Karena semakin banyak orang yang mengekspresikan keyakinan bahwa mobile banking mudah digunakan, keinginan lebih banyak orang untuk menggunakan mobil banking meningkat. Kemudahan penggunaan yang diduga ketika menggunakan mobile banking adalah bahwa mudah untuk mengatur dan mudah untuk dilakukan, yang kedua-duanya akan berdampak pada pengalaman setiap pengguna dengan itu (Fadlan & Dewantara, 2018).

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk membuat kesulitan, melainkan untuk mempermudah mengakses sistem dengan tidak terbatas. Hal ini membuat seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah bekerja daripada seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

2.1.4.2 Manfaat dan Tujuan Persepsi Kemudahan

Manfaat dan tujuan dalam persepsi kemudahan :

1. Dapat mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga.
2. Mudahnya mempelajari suatu sistem teknologi yang digunakan
3. Para nasabah yang akan merasakan kemudahan lebih tinggi dalam melakukan transaksi menggunakan *mobile banking*

2.1.4.3 Indikator Persepsi Kemudahan

Menurut (Fatmawati, 2015) ada beberapa indikator dalam persepsi kemudahan penggunaan *mobile banking* yaitu :

1. Mudah dipelajari (easy to learn)
2. Dapat dikontrol (controllable)
3. Jelas & dapat dipahami (clear & understandable)
4. Fleksibel (flexible)
5. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (easy to become skillful)
6. Mudah digunakan (easy to use)

2.1.5 Persepsi Kepercayaan

2.1.5.1 Pengertian Persepsi Kepercayaan

Menurut Gounaris et al. dalam Rusdin. (2004). Kepercayaan adalah faktor kunci dalam membangun komunikasi secara timbal balik. Selain itu, secara empiris dapat mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan. Menurut Ba dan Pavlou (2002), kepercayaan

didefinisikan sebagai keinginan seseorang untuk terlibat dalam transaksi tertentu dengan orang lain sesuai dengan harapan dalam sebuah lingkungan.

Kepercayaan nasabah menyangkut kepercayaan bahwa suatu sistem teknologi memiliki berbagai manfaat. Kepercayaan nasabah terhadap suatu sistem teknologi dan manfaat sistem tersebut menggambarkan persepsi dari nasabah. Sehingga tingkat kepercayaan nasabah tidak sama, ada yang lebih tinggi dan ada yang lebih rendah. Sebagai akibatnya perlu adanya rasa saling percaya antara pengguna *mobile banking* dan pihak bank.

Kepercayaan nasabah pada *mobile banking* akan mampu meningkatkan aktivitas pengguna. Dalam periode modernisasi saat ini, memperkuat e-banking adalah kompetisi antara bank. Aplikasi *mobile banking* digunakan dalam perkembangan teknologi sehari-hari, mereka harus memiliki kepercayaan dari nasabah. Untuk tujuan mendirikan kepercayaan, pihak perbankan harus menginformasikan kepada nasabah jika sistem yang ada stabil dan rahasia tanpa campur tangan dari organisasi lain. Hal ini dilakukan untuk mengurangi risiko pencurian informasi (Lieny, 2021).

2.1.5.2 Manfaat dan Tujuan Kepercayaan

Manfaat dan tujuan persepsi kepercayaan :

1. Transaksi pembayaran elektronik akan diproses sesuai dengan harapan nasabah.
2. Sistem teknologi informasi yang dijalankan stabil dan rahasia.

3. Menjaga kepentingan transaksi, menjaga komitmen dalam melayani, dan memberikan manfaat bagi penggunanya.

2.1.5.3 Indikator Persepsi Kepercayaan

Menurut (Adi 2013) ada beberapa indikator dalam persepsi kepercayaan penggunaan *mobile banking* :

1. memberi informasi apa adanya
2. kompensasi kerugian
3. jaminan keamanan dalam transaksi
4. jaminan kerahasiaan dalam transaksi.

2.2 Kajian Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah hasil dari penelitian yang pernah dilakukan oleh para peneliti terdahulu dan berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	(Lieny, 2021)	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkal pinang. <i>Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan (2021) 8(2) 56-62</i>	Variabel y: minat penggunaan mobile banking Variabel x : meneliti pengaruh kemudahan dan kepercayaan penggunaan <i>mobile banking</i> .	Penelitian dilakukan pada bank BCA pangkal pinang.	persepsi dari kemudahan dan kepercayaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap konsumen untuk menggunakan mobile banking
2	(Rozi & Ziyad, 2019)	Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan	Variabel y : minat penggunaan mobile banking Variabel x : meneliti pengaruh	Penelitian dilakukan pada bank BTN KC Banjarmasin.	persepsi kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan berpengaruh

No	Nama	Judul, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
		Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN <i>Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan (2019) 3(2) 92-102</i>	kepercayaan, kegunaan, dan kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> .		signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
3	(Lestari, 2016)	Determinan Minat Pengguna Mobile Banking. <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (2016) 4(2)</i>	Variabel y : minat penggunaan <i>mobile banking</i> Variabel x : kegunaan, kemudahan dan kepercayaan penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap minat penggunaan <i>mobile banking</i>	variabel x kecemasan, norma subjektif, dan perilaku. penelitian dilakukan pada mahasiswa jurusan akuntansi, universitas brawijaya.	konstruk persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan tidak mempengaruhi minat pengguna <i>mobile banking</i> .
4	(Sulistiya rini, 2012)	Pengaruh minat individu terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> : model kombinasi <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> dan <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i> . <i>Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB (2012) 1(2) 1689-1699</i>	Variabel x : kegunaan dan kemudahan penggunaan <i>mobile banking</i> . pengambilan sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data.	Variabel x : sikap, norma subjektif, perilaku, terhadap minat pengguna. Model kombinasi TAM dan TPB	Manfaat dan kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap individu dalam menggunakan <i>mobile banking</i> .
5	(Pranoto & Setianegara, 2020a)	Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran) <i>Keunis Majalah Ilmiah, (2020) 8(1) 1-9</i>	Variabel y : minat pengguna Variabel x : meneliti pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap penggunaan <i>mobile banking</i> .	Variabel x : persepsi keamanan. penelitian dilakukan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pandanaran.	Variabel perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan <i>mobile banking</i> .
6	(Wulandari et al., 2022)	Penerapan <i>technology acceptance model (tam)</i> terhadap perilaku konsumen	Variabel y : minat perilaku pengguna Variabel x : meneliti kegunaan	Penelitian ini menggunakan variabel intervening : sikap perilaku.	Manfaat kegunaan dari suatu sistem teknologi dapat mempengaruhi

No	Nama	Judul, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
		mobile banking di SURABAYA. <i>Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 16, No. 2, Oktober 2022, 126–132</i>	terhadap pengguna <i>mobile banking</i> .		minat perilaku penggunaan sistem teknologi tersebut yang disertai dengan sikap penggunaan secara positif.
7	(Pratiwi et al., 2020)	Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model. <i>Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 2020, 478-487</i>	Variabel y : pengguna mobile banking Variabel x : kegunaan dan kemudahan terhadap pengguna <i>mobile banking</i>	Penelitian dilakukan pada Generasi Milenial Muslim	persepsi kemudahan dan persepsi of usefulness berpengaruh signifikan terhadap intensi nasabah muslim milenial dalam menggunakan digital banking
8	(Maulana et al., 2019)	Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model <i>Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (2019) 2(2) 146-155</i>	Variabel y : minat bertransaksi Variabel x : meneliti pengaruh kegunaan terhadap minat pengguna mobile banking	Populasi dalam penelitian ini masyarakat kota Banda Aceh yang menggunakan layanan mobile banking.	variabel persepsi kegunaan penggunaan (X) berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi (Y)
9	(Ismail and Purwani 2021)	Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. <i>Journal of Economics and Business, Vol. 3 (2)(2021)</i>	Variabel y : minat penggunaan mobile banking Variabel x : meneliti pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap minat pengguna	Variabel x : kesesuaian terhadap kegunaan, kesesuaian terhadap kemudahan, kemudahan terhadap kegunaan	minat penggunaan Mobile Banking dipengaruhi oleh persepsi kemanfaatan dan kemudahan yang dipengaruhi oleh faktor persepsi kesesuaian
10	(Fadlan dan Dewantara, 2018)	PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI KEGUNAAN TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING	Variabel y : minat penggunaan Variabel x : meneliti pengaruh kegunaan dan kemudahan terhadap pengguna <i>mobile banking</i> .	Penelitian dilakukan pada mahasiswa akuntansi universitas brawijaya	Perceived Usefulness dan persepsi kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap Penggunaan Mobile Banking.

No	Nama	Judul, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Hasil
		(Studi Pada Mahasiswa Pengguna <i>Mobile Banking</i> Universitas Brawijaya). <i>Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol. 62 No. 1 September 2018</i>			

2.3 Kerangka Berpikir Konseptual

Kerangka berpikir dibuat untuk mempermudah proses penelitian serta menjelaskan maksud dan arah dari penelitian yang akan dilakukan. Dalam penelitian ini hal yang akan di teliti adalah untuk mengidentifikasi pengaruh kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan *mobile banking* terhadap minat pengguna *mobile banking* bagi Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU.

2.3.1 Hubungan Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking*

Persepsi kegunaan dapat di nyatakan dengan menggunakan suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas bagi pengguna. Persepsi kegunaan menggambarkan suatu proses pengambilan keputusan mengenai minat Pengambilan keputusan suatu Sistem Informasi berbasis teknologi berdasarkan keyakinan bahwa keberadaan sistem tersebut memberikan konsekuensi positif.

Persepsi kegunaan atau perspektif seseorang terhadap penggunaan teknologi tertentu, tergantung pada bagaimana teknologi itu dapat membantu individu atau bahkan meningkatkan tingkat produktivitas mereka dan menerima fitur-fitur tertentu dari teknologi tersebut. Penelitian sebelumnya yang dilakukan

oleh (Fadlan & Dewantara, 2018), (Hadi, 2011), (Pratiwi et al., 2020) (Wulandari et al., 2022) menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

2.3.2 Hubungan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*

Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk membuat kesulitan, melainkan untuk mempermudah mengakses sistem tersebut dalam menyelesaikan pekerjaannya. Hal ini membuat seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah dalam bekerja yang membuat nasabah berminat untuk menggunakan *mobile banking* daripada seseorang yang tidak menggunakan sistem atau bekerja secara manual.

Persepsi Kemudahan Penggunaan, atau perspektif individu tertentu terhadap penggunaan teknologi tertentu, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dapat membantu individu atau bahkan bagaimana teknologi tersebut dapat membuat individu bertransaksi menggunakan *mobile banking* menjadi lebih mudah. Penelitian yang dilakukan oleh (Hanif Astika Kurniawati), (2017; Maulana et al., 2019); (Sulistiyarini, 2012) menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*

2.3.3 Hubungan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking

Kepercayaan adalah faktor kunci dalam membangun komunikasi secara timbal balik. Selain itu, secara empiris dapat mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan.

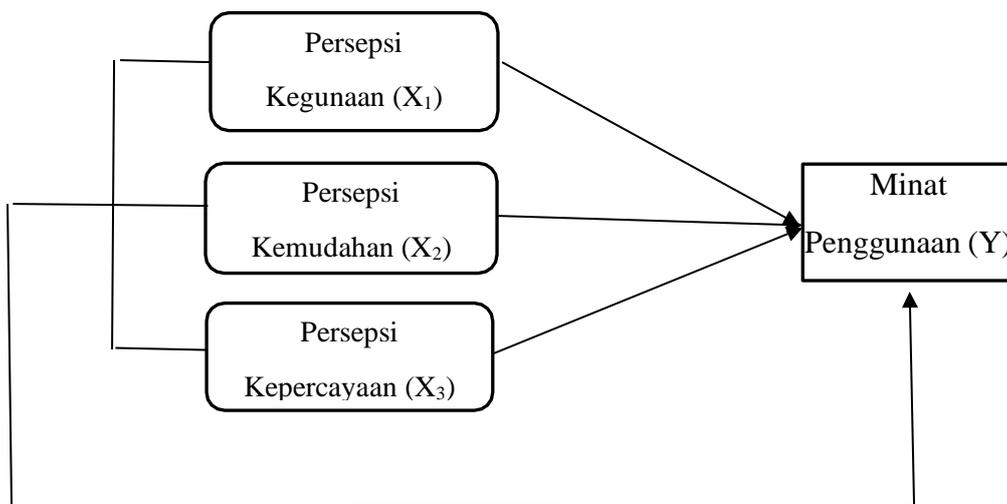
Persepsi kepercayaan yang dimiliki individu pada teknologi tertentu saat menggunakannya, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dapat membantu individu itu atau bahkan membuat mereka memiliki kepercayaan dalam melakukan transaksi seperti pembelian atau pembayaran yang dilakukan melalui perbankan seluler dan dapat mempercayai cara kerja *mobile banking* melalui fitur-fitur tertentu dari teknologi yang ditargetkan oleh perspektif kepercayaan seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh (Rozi & Ziyad, 2019) dan (Tirtana & Permata Sari, 2014) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

2.3.4 Hubungan Persepsi Kegunaan, Kemudahan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking

Dalam menggunakan *mobile banking* nasabah akan berminat menggunakan *mobile banking* ketika kegunaan dan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut sesuai dengan nasabah, begitu juga dengan kepercayaan yang diberikan oleh pihak bank.

Persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan yang dimiliki individu pada teknologi tertentu saat menggunakannya, tergantung pada bagaimana

teknologi tersebut dapat membantu individu itu atau bahkan membuat mereka merasa melakukan transaksi seperti pembelian atau pembayaran melalui perbankan seluler dapat mempermudah dan memberi manfaat untuk nasabah serta adanya kepercayaan dalam pengolahan data yang akan dirahasiakan. Penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2019) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna *mobile banking*.



gambar 2 1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemaparan fenomena, kenyataan dan dukungan konsep di atas maka hipotesis yang diuji adalah :

1. Persepsi Kegunaan berpengaruh terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*

2. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*
3. Persepsi Kepercayaan berpengaruh Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*.
4. Persepsi Kegunaan, persepsi Kemudahan, dan persepsi Kepercayaan berpengaruh Secara Bersama-sama Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang penulis gunakan untuk penelitian ini adalah penelitian yang bersifat asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana suatu variabel memiliki keterkaitan atau mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara dua variabel (Juliandi et al., 2014).

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, Penelitian kuantitatif menurut (Sugiyono, 2018) adalah jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrument penelitian dengan tujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Definisi Operasional

3.2.1 Variabel Dependen

3.2.1.1 Minat Pengguna (Y)

Minat dapat diartikan sebagai setiap keinginan yang muncul dari persepsi seseorang terhadap suatu objek tertentu, seperti benda, atau dapat juga digambarkan sebagai dorongan seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu (Iriani, 2019).

3.2.2 Variabel Independen

3.2.2.1 Kegunaan (X1)

Persepsi kegunaan adalah suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas bagi pengguna. Jika pengguna menerima bahwa sistem informasi tersebut dapat menawarkan bantuan dalam melakukan tugas atau pekerjaan (Maulana et al., 2019)

3.2.2.2 Kemudahan (X2)

Persepsi kemudahan adalah suatu sistem yang dirancang bukan untuk membuat kesulitan, melainkan untuk mempermudah mengakses sistem dengan tidak terbatas. Hal ini membuat seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah bekerja daripada seseorang yang tidak menggunakan sistem (Lestari, 2016)

3.2.2.3 Kepercayaan (X3)

Kepercayaan adalah meyakini bahwa mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan suatu teknologi dapat memberikan manfaat bagi para pengguna layanan tersebut. faktor kunci dalam membangun kepercayaan yaitu dengan komunikasi secara timbal balik (Lieny, 2021)

Tabel 3 1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Minat Pengguna (Y)	Minat dapat diartikan sebagai setiap keinginan yang muncul dari persepsi seseorang terhadap suatu objek tertentu, seperti benda, atau dapat juga digambarkan sebagai dorongan	1. ketertarikan pada mobile banking 2. perasaan senang 3.kecenderungan untuk menggunakan (Walgito, 2015)	Skala <i>Likert</i> 1-5

	seseorang untuk melakukan kegiatan tertentu (Iriani, 2019).		
Kegunaan Penggunaan (X1)	Persepsi kegunaan adalah suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas bagi pengguna. Jika pengguna menerima bahwa sistem informasi tersebut dapat menawarkan bantuan dalam melakukan tugas atau pekerjaan (Maulana et al., 2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempercepat pekerjaan (<i>work more quickly</i>), 2. Meningkatkan kinerja (<i>improve job performance</i>), 3. Meningkatkan Produktivitas (<i>increase productivity</i>), 4. Efektifitas (<i>effectiveness</i>), 5. Mempermudah pekerjaan (<i>make job easier</i>), 6. Bermanfaat (<i>useful</i>) (Fatmawati, 2015)	Skala Likert 1-5
Kemudahan Penggunaan (X2)	Persepsi kemudahan adalah suatu sistem yang dirancang bukan untuk membuat kesulitan, melainkan untuk mempermudah mengakses sistem dengan tidak terbatas. Hal ini membuat seseorang yang menggunakan sistem akan lebih mudah bekerja daripada seseorang yang tidak menggunakan sistem (Lestari, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari (<i>easy to learn</i>), 2. Dapat dikontrol (<i>controllable</i>), 3. Jelas & dapat dipahami (<i>clear & understandable</i>), 4. Fleksibel (<i>flexible</i>), 5. Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skillful</i>) 6. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>) (Fatmawati, 2015)	Skala Likert 1-5
Kepercayaan Penggunaan (X3)	Kepercayaan adalah meyakini bahwa mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan suatu teknologi dapat memberikan manfaat bagi para pengguna layanan tersebut. faktor kunci dalam membangun kepercayaan yaitu dengan komunikasi secara timbal balik (Lieny, 2021)	<ol style="list-style-type: none"> 1. memberi informasi apa adanya 2. kompensasi kerugian 3. jaminan keamanan dalam transaksi 4. jaminan kerahasiaan dalam transaksi. (Adi 2013)	Skala Likert 1-5

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2023 sampai dengan selesai yang dilakukan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berlokasi di Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3, Glugur Darat II, Kec. Medan Timur, Kota Medan, Sumatera Utara.

Tabel 3 2 Tempat dan Waktu Penelitian

NO.	Jenis Kegiatan	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Riset																												
2	Pengajuan Judul																												
3	Penyusunan Proposal																												
4	Bimbingan Proposal																												
5	Seminar Proposal																												
6	Penulisan Skripsi																												
7	Bimbingan Skripsi																												
8	Sidang Meja Hijau																												

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2010) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3 3 Populasi Mahasiswa Perbankan Syariah

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2019	69
2020	51
2021	65
2022	29
Jumlah	214

Sumber : Data Diolah, 2023

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa perbankan syariah

yang menggunakan *mobile banking*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin merupakan sebuah rumus untuk menghitung jumlah sampel apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti (Rampen & Sihotang, 2021). Adapun rumus slovin adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

N : jumlah seluruh populasi

e : error (toleransi terjadinya kesalahan) 10%

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

$$n = \frac{214}{(1 + 214 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = 100$$

Berdasarkan hasil yang di peroleh, dapat disimpulkan bahwa akan ada sekitar 100 responden dalam penelitian ini.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini sumber data berasal dari data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner.

Tahap awal yang dilakukan yaitu melakukan observasi secara langsung guna untuk mengetahui kebenaran suatu penelitian secara nyata dan dicatat secara sistematis agar laporan data bisa dikendalikan validitas dan reabilitasnya.

Kemudian melakukan penyebaran kuesioner kepada responden melalui beberapa cara seperti dilakukan langsung oleh peneliti, melalui pengisian *google form* yang telah disediakan oleh peneliti (Pujihastuti, 2010).

Masing-masing pernyataan dari variabel yang diteliti akan diberikan skor menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert bertujuan untuk memperoleh informasi dari para responden yang akan digunakan dalam proses penelitian. Peneliti akan menganalisis data menggunakan metode skala likert dengan kriteria jawaban sebagai berikut.

Tabel 3 4 Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

3.6 Teknik Analisa Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis statistik yakni *partical least square – structural equestion model* (PLS-SEM) yang bertujuan untuk melakukan analisis jalur (path) dengan variable laten (Ghozali & Latan, 2015).

3.6.1 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel

penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 4 variabel diantaranya variabel dependen yakni minat pengguna dan variabel independent yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. Analisis statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai mean, median, minimum, maximum dan standar deviasi.

3.6.2 Model *Partial Least Square* (PLS)

Partial Least Square (PLS) adalah sebuah metode yang menggeneralisasi dan mengombinasikan fitur dari analisis komponen utama dan regresi berganda. PLS merupakan analisis yang powerful karena dapat digunakan pada setiap jenis data. Metode ini juga dapat digunakan ketika landasan teori pengukuran model masih baru sehingga cocok digunakan untuk tujuan prediksi. SEM-PLS menjadi sebuah pilihan yang baik ketika dihadapkan dengan situasi-situasi seperti: jumlah sampel yang kecil, sedikit teori yang tersedia, akurasi merupakan hal yang penting, dan tidak bisa memastikan spesifikasi model yang sesungguhnya (Setianingtiast et al., 2019).

Dimensi-dimensi yang digunakan dalam pengukuran tujuan pembangunan berkelanjutan merupakan variabel laten yang tidak dapat diukur secara langsung, akan tetapi dapat dilihat dari indikator-indikator yang merepresentasikannya (Anuraga & Otok, 2013). Pengujian model struktural dalam PLS dilakukan dengan bantuan software smart PLS 4 for windows.

Menurut (Hair et al., 2019) ada dua tahapan kelompok untuk menganalisis SEM-PLS yaitu :

1. Analisis model pengukuran (outer model), yaitu :

- a. *Convergent validity*
 - b. *Discriminant Validity*
 - c. *Coposite Reliability*
 - d. *Cronbach's Alpha*
2. Analisis model struktural (inner model), yaitu :
- a. Koefisien determinan (R-Square)
 - b. *Predictive Relevance (Q-Square)*
 - c. Effect Size (F-square)
 - d. Pengujian hipotesis

3.6.3 Analisa Outer Model

Analisa outer model dilakukan untuk memastikan bahwa measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Dalam analisa model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Analisa outer model dapat dilihat dari beberapa indikator :

3.6.3.1 Convergent Validity

Convergent Validity adalah Indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antar item score dengan construct score, yang dapat dilihat dari standardized loading factor yang mana menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi > 0.7 dengan konstruk yang ingin diukur, nilai outer loading 0,5-0,6 sudah dianggap cukup.

3.6.3.2 Discriminant Validity

Discriminant Validity Merupakan model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok meraka lebih baik dibandingkan dengan blok lainnya. Sedangkan menurut model lain untuk menilai discriminant validity yaitu dengan membandingkan nilai *squareroot of average variance extracted* (AVE).

3.6.3.3 Composite Reliability

Composite Reliability Merupakan indikator untuk mengukur suatu konstruk yang dapat dilihat pada view latent variable coefficient. Untuk mengevaluasi composite reliability terdapat dua alat ukur yaitu internal consistency dan cronbach's alpha. Dengan pengukuran tersebut apabila nilai yang dicapai adalah $> 0,70$ maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut memiliki realibilitas yang tinggi.

3.6.3.4 Cronbach's Alpha

Cronbach's Alpha Merupakan uji reliabilitas yang dilakukan merupakan hasil dari composite reliability. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai cronbach's alpa $> 0,70$.

3.6.4 Analisis Inner Model

Analisis inner model biasanya juga disebut dengan (inner relation, structural model and substantive theory) yang mana menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Dalam pengevaluasi inner model dengan (*Partial Least Square*) PLS

3.6.4.1 Koefisien determinan (R-Square)

R-square adalah ukuran proporsi variasi nilai yang dipengaruhi (dependen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (independen) ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik/buruk. Nilai *R-square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai *R-square* 0.75 berarti model kuat, 0.50 berarti model moderat dan 0.25 berarti model lemah (et al Hair, 2014).

3.6.4.2 Predictive Relevance (Q-Square)

Penilaian uji kelayakan (*goodness of fit*) dapat diketahui dari nilai *Q-Square* yakni sama dengan *coefficient determination (R-Square)* pada analisis regresi. Semakin tinggi nilai *Q-Square*, maka model dikatakan semakin baik atau semakin fit dengan data. *Q-Square* dapat mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya (Ghozali I. d., 2015). Nilai *Q-square* harus lebih besar dari nol untuk menunjukkan akurasi prediksi model struktural konstruk. Sebagai aturan praktis, nilai $Q^2 > 0$ berarti relevansi prediktif kecil, nilai $Q^2 > 0.25$ berarti relevansi prediktif sedang dan nilai $Q^2 > 0.50$ berarti relevansi prediktif besar dari model jalur (J. F. Hair et al., 2019).

3.6.4.3 Effect Size (F-square)

F-Square adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (independen) terhadap variabel yang dipengaruhi (dependen). Kriteria penarikan kesimpulan adalah jika nilai F^2 sebesar 0,02 maka terdapat efek yang kecil (lemah) dari variabel independen terhadap

dependen, nilai F^2 sebesar 0,15 maka terdapat efek yang moderat (sedang) dari variabel eksogen terhadap endogen, nilai F^2 sebesar 0,35 maka terdapat efek yang besar (baik) dari variabel independen terhadap dependen (Juliandi, 2018).

3.6.4.4 Pengujian hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistic maka untuk alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah H_a diterima dan H_0 ditolak ketika t-statistik $> 1,96$. Untuk menolak/menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai probabilitas $< 0,05$.

3.6.4.4.1 Uji Statistik F (Simultan)

Uji F merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap tingkat pengaruh antar variabel secara keseluruhan juga untuk melakukan pengujian *fit* terhadap model yang digunakan. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima (Ghozali, 2016). Adapun rumus uji F yaitu:

$$df1 = k - 1 \text{ dan } df2 = n - k$$

Keterangan :

df1: dkpembilang

df2: dkpenyebut

k : jumlah variabel independent

n : Banyak nya responden

3.6.4.4.2 Uji Statistik T (Parsial)

Uji statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil t hitung dengan t tabel. Penerimaan maupun penolakan terhadap hipotesis didasarkan pada kriteria jika nilai signifikan $< 0,05$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, begitu juga sebaliknya jika nilai sig $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{S^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

Keterangan :

X1 : nilai rata-rata pada kumpulan data pertama

X2 : nilai rata-rata dari perkumpulan data kedua

n1 : jumlah data pada kumpulan pertama

n2 : jumlah data pada kumpulan kedua

S : standar deviasi atau variansi

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan untuk menguji Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU). Dengan penentuan sampel menggunakan *Rumus Slovin*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 214 mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2019-2022, Sehingga jumlah sampel penelitian menjadi 100 mahasiswa. penelitian ini menggunakan metode *Skala Likert* 1-5. Penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen yaitu : persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan (X2), dan Persepsi kepercayaan (X3), dan 1 variabel dependen yaitu minat pengguna (Y).

tabel 4 1 Instrumen Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

4.1.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki responden itu sendiri. Dalam penelitian ini karakteristik responden pengguna mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah yaitu :

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan pengisian identitas diri dalam kuisioner oleh responden, maka dapat diperoleh data responden sebagai berikut:

Tabel 4 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-laki	32	32%
2	Perempuan	68	68%
Total		100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Dari tabel 4.2 di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, menunjukkan terdapat 32 responden berjenis kelamin laki-laki dan 68 responden berjenis kelamin perempuan, dengan keseluruhan jumlah responden 100 orang.

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pengisian identitas diri dalam kuisioner oleh responden, maka dapat diperoleh data responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	19 - 20	21	21%
2	21 - 22	61	61%
3	23 - 24	18	18%
Total		100	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Dari tabel 4.3 di atas, karakteristik responden berdasarkan usia, menunjukkan terdapat 21 responden yang berusia 19-20 tahun, 61 responden yang berusia 21-22 tahun, dan 18 responden yang berusia 23-24 tahun, dengan keseluruhan jumlah responden 100 orang.

4.1.3 Tabulasi Jawaban Responden

Dibawah ini akan dijelaskan hasil penelitian dari data kuesioner yang sudah disebar oleh penulis dan akan menjabarkan persentase jawaban responden untuk setiap kuisoner yang telah disebar, penelitian ini menggunakan skala liker dengan skor 1 sampai dengan 5.

tabel 4 4 Kuesioner Persepsi Kegunaan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	1	1%	11	11%	32	32%	53	53%
2	3	3%	2	2%	10	10%	34	34%	51	51%
3	3	3%	0	0%	8	8%	28	28%	61	61%
4	3	3%	2	2%	10	10%	34	34%	51	51%
5	3	3%	0	0%	10	10%	31	31%	56	56%
6	3	3%	1	1%	10	10%	27	27%	59	59%
7	3	3%	1	1%	4	4%	30	30%	62	62%
8	3	3%	1	1%	7	7%	31	31%	58	58%

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil tanggapan responden dengan variabel persepsi kegunaan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “saya merasa bahwa mobile banking dapat mempercepat pekerjaan “sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 11 responden (11%) menjawab kurang setuju, 32 responden (32%) menjawab setuju, dan 53 responden (53%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking dapat meningkatkan kinerja dalam bertransaksi “ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 10 responden (10%)

menjawab kurang setuju, 34 responden (34%) menjawab setuju, dan 51 responden (51%) menjawab sangat setuju.

3. Pada pernyataan “Saya menilai bahwa mobile banking dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (8%) menjawab kurang setuju, 28 responden (28%) menjawab setuju, dan 61 responden (61%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya merasa bahwa mobile banking dapat meningkatkan efektifitas” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab kurang setuju, 34 responden (34%) menjawab setuju, dan 51 responden (51%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Saya merasa bahwa mobile banking dapat meningkatkan produktivitas keseharian yang dilakukan” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab kurang setuju, 31 responden (31%) menjawab setuju, dan 56 responden (56%) menjawab sangat setuju.
6. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking dapat mempermudah pekerjaan” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab kurang setuju, 21 responden (21%) menjawab setuju, dan 59 responden (59%) menjawab sangat setuju.

7. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking dapat memberikan manfaat bagi pengguna“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 4 responden (4%) menjawab kurang setuju, 30 responden (30%) menjawab setuju, dan 62 responden (62%) menjawab sangat setuju.
8. Pada pernyataan “Saya menilai bahwa mobile banking dapat mempermudah transaksi pada saat tidak menemukan atm“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 7 responden (7%) menjawab kurang setuju, 31 responden (31%) menjawab setuju, dan 58 responden (58%) menjawab sangat setuju.

tabel 4 5 Kuesioner Persepsi Kemudahan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	4	4%	1	1%	8	8%	32	32%	55	55%
2	3	3%	0	0%	8	8%	31	31%	58	58%
3	3	3%	1	1%	9	9%	37	37%	50	50%
4	3	3%	0	0%	7	7%	36	36%	54	54%
5	3	3%	1	1%	8	8%	27	27%	61	61%
6	3	3%	2	2%	6	6%	36	36%	53	53%
7	3	3%	0	0%	5	5%	39	39%	53	53%

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil tanggapan responden dengan variabel persepsi kemudahan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking mudah untuk di pelajari“ sebanyak 4 responden (4%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 8 responden (8%) menjawab kurang setuju, 32

responden (32%) menjawab setuju, dan 55 responden (55%) menjawab sangat setuju.

2. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking mudah untuk dioperasikan dalam kehidupan sehari-hari” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (8%) menjawab kurang setuju, 31 responden (31%) menjawab setuju, dan 58 responden (58%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking dapat dikendalikan dengan mudah” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 9 responden (9%) menjawab kurang setuju, 37 responden (37%) menjawab setuju, dan 50 responden (50%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking jelas dan dapat di mengerti” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (7%) menjawab kurang setuju, 36 responden (36%) menjawab setuju, dan 54 responden (54%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking lebih praktis untuk digunakan” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 8 responden (8%) menjawab kurang setuju, 27 responden (27%) menjawab setuju, dan 61 responden (61%) menjawab sangat setuju.
6. Pada pernyataan “Saya merasa mobile banking mudah dan terampil dalam menggunakannya” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 6 responden (6%)

menjawab kurang setuju, 36 responden (36%) menjawab setuju, dan 53 responden (53%) menjawab sangat setuju.

7. Pada pernyataan “Saya merasa fitur dalam mobile banking mudah dijalankan” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (5%) menjawab kurang setuju, 39 responden (39%) menjawab setuju, dan 53 responden (53%) menjawab sangat setuju.

tabel 4 6 Kuesioner Persepsi Kepercayaan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	2	2%	16	16%	40	40%	39	39%
2	5	5%	3	3%	25	25%	37	37%	30	30%
3	2	2%	3	3%	14	14%	45	45%	36	36%
4	4	4%	0	0%	11	11%	42	42%	43	43%
5	3	3%	1	1%	12	12%	35	35%	49	49%
6	4	4%	2	2%	12	12%	39	39%	43	43%
7	3	3%	0	0%	17	17%	38	38%	42	42%
8	3	3%	0	0%	10	10%	42	42%	45	45%

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil tanggapan responden dengan variabel persepsi kepercayaan dijabarkan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Menurut saya Informasi yang ada dalam mobile banking benar apa adanya” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 16 responden (16%) menjawab kurang setuju, 40 responden (40%) menjawab setuju, dan 39 responden (39%) menjawab sangat setuju.

2. Pada pernyataan “Mobile banking memberikan kompensasi kerugian jika terjadi kesalahan dalam melakukan transaksi“ sebanyak 5 responden (5%) menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (3%) menjawab tidak setuju, 25 responden (25%) menjawab kurang setuju, 37 responden (37%) menjawab setuju, dan 30 responden (30%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Saya merasa saat bertransaksi menggunakan mobile banking dapat dipercaya“ sebanyak 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (3%) menjawab tidak setuju, 14 responden (14%) menjawab kurang setuju, 45 responden (45%) menjawab setuju, dan 36 responden (36%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya merasa bank mampu me jaga keamanan dalam setiap transaksi yang dilakukan“ sebanyak 4 responden (4%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (11%) menjawab kurang setuju, 42 responden (42%) menjawab setuju, dan 43 responden (43%) menjawab sangat setuju.
5. Pada pernyataan “Saya merasa Bank menyediakan Layanan mobile banking untuk memenuhi tanggungjawab kepada nasabah“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 12 responden (12%) menjawab kurang setuju, 35 responden (35%) menjawab setuju, dan 49 responden (49%) menjawab sangat setuju.
6. Pada pernyataan “Saya merasa bank penyedia layanan mobile banking mampu menjaga kerahasiaan data “ sebanyak 4 responden (4%) menjawab

sangat tidak setuju, 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 12 responden (12%) menjawab kurang setuju, 39 responden (39%) menjawab setuju, dan 43 responden (43%) menjawab sangat setuju.

7. Pada pernyataan “Saya merasa bank penyedia layanan mobile banking mampu menjaga keamanan data“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 17 responden (17%) menjawab kurang setuju, 38 responden (38%) menjawab setuju, dan 42 responden (42%) menjawab sangat setuju.
8. Pada pernyataan “Saya merasa Fitur dalam mobile banking dapat dipercaya saat digunakan“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab kurang setuju, 42 responden (42%) menjawab setuju, dan 45 responden (45%) menjawab sangat setuju.

tabel 4 7 Kuesioner Persepsi Minat Pengguna

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	0	0	5	5%	18	18%	74	74%
2	3	3%	1	1%	15	15%	24	24%	57	57%
3	4	4%	1	1%	9	9%	32	32%	54	54%
4	3	3%	3	3%	9	9%	36	36%	49	49%
5	3	3%	1	1%	9	9%	32	32%	55	55%
6	1	1%	5	5%	16	16%	29	29%	49	49%
7	4	4%	0	0%	7	7%	24	24%	65	65%

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil tanggapan responden dengan variabel Minat Pengguna dijabarkan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan “Saya merasa tertarik untuk menggunakan *mobile banking* karena dapat mempermudah segala transaksi“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (5%) menjawab kurang setuju, 18 responden (18%) menjawab setuju, dan 74 responden (74%) menjawab sangat setuju.
2. Pada pernyataan “Saya merasa *mobile banking* menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari“ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 10 responden (10%) menjawab kurang setuju, 24 responden (24%) menjawab setuju, dan 57 responden (57%) menjawab sangat setuju.
3. Pada pernyataan “Saya merasa senang saat menggunakan *mobile banking* dalam bertransaksi dibandingkan dengan tidak menggunakannya “ sebanyak 4 responden (4%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 9 responden (9%) menjawab kurang setuju, 32 responden (32%) menjawab setuju, dan 54 responden (54%) menjawab sangat setuju.
4. Pada pernyataan “Saya menilai bahwa dalam menggunakan *mobile banking* tidak membutuhkan biaya, hanya menggunakan *smartphone* yang memiliki data internet “ sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (3%) menjawab tidak setuju, 9 responden (9%) menjawab kurang setuju, 36 responden (36%) menjawab setuju, dan 49 responden (49%) menjawab sangat setuju.

5. Pada pernyataan “Saya merasa menggunakan mobile banking dalam kehidupan sehari-hari menjadi kebiasaan untuk bertransaksi tanpa harus ke bank” sebanyak 3 responden (3%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 9 responden (9%) menjawab kurang setuju, 32 responden (32%) menjawab setuju, dan 55 responden (55%) menjawab sangat setuju.
6. Pada pernyataan “Saya merasa Mobile banking dapat diandalkan dalam segala” sebanyak 1 responden (1%) menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, 16 responden (16%) menjawab kurang setuju, 29 responden (29%) menjawab setuju, dan 49 responden (49%) menjawab sangat setuju.
7. Pada pernyataan “Saya merasa menggunakan mobile banking dapat mempermudah pembayaran ketika tidak memiliki cash” sebanyak 4 responden (4%) menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (7%) menjawab kurang setuju, 24 responden (24%) menjawab setuju, dan 65 responden (65%) menjawab sangat setuju.

4.1.4 Analisis Data

4.1.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 4 variabel diantaranya variabel dependen yakni minat pengguna dan variabel independent yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan. Analisis

statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi nilai mean, median, minimum, maximum dan standar deviasi. Hasil statistik deskriptif berdasarkan penelitian diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4 8 Statistik Deskriptif

	N	Mean	Median	Min	Max	STDEV
Persepsi Kegunaan (X1)	100	4.398	4.625	1	5	0.759
Persepsi Kemudahan (X2)	100	4.394	4.643	1	5	0.765
Persepsi Kepercayaan (X3)	100	4.204	4.215	1	5	0.770
Minat Pengguna (Y)	100	4.383	4.571	1	5	0.753

Sumber : Data Diolah, 2023

Dari tabel 4.8 diatas dapat dijelaskan hal-hal berikut :

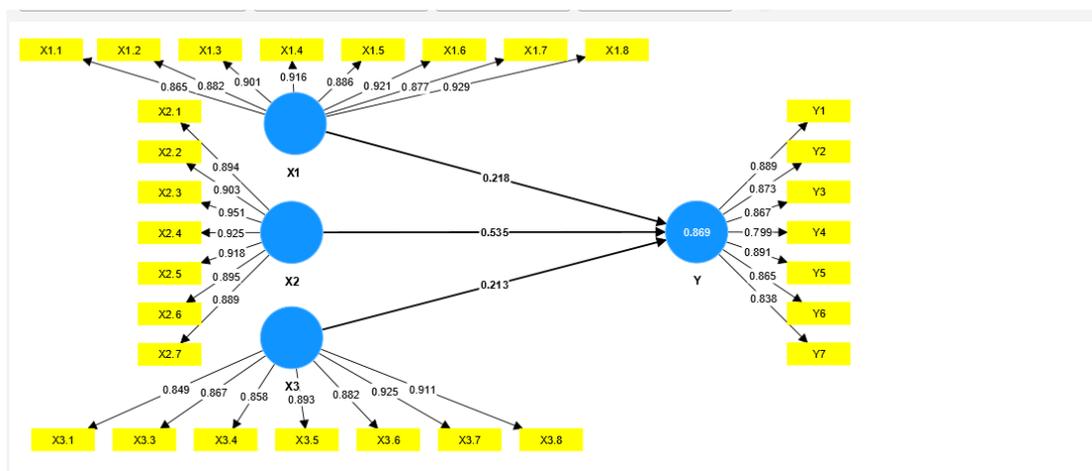
1. Persepsi Kegunaan (X₁) memiliki nilai rata – rata persepsi kegunaan adalah sebesar 4.398 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kegunaan, rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 4.398 dengan nilai median sebesar 4.625, nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5 yang artinya dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kegunaan adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 5. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.759 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kegunaan adalah sebesar 0.759 dari 100 responden.
2. Persepsi Kemudahan (X₂) memiliki nilai rata – rata persepsi kemudahan adalah sebesar 4.394 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kemudahan rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 4.394 dengan nilai median sebesar 4.643, nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5 yang artinya dari seluruh responden yang memberikan penilaian

terendah jawaban atas persepsi kemudahan adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 5. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.765 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kemudahan adalah sebesar 0.765 dari 100 responden.

3. Persepsi Kepercayaan (X_3) memiliki nilai rata – rata persepsi kepercayaan adalah sebesar 4.204 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas persepsi kepercayaan rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 4.204 dengan nilai median sebesar 4.215, nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5 yang artinya dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas persepsi kepercayaan adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 5. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.770 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel persepsi kepercayaan adalah sebesar 0.770 dari 100 responden.
4. Minat Pengguna (Y) memiliki nilai rata – rata minat pengguna adalah sebesar 4.383 artinya dari seluruh responden yang memberikan jawaban atas minat pengguna rata – rata responden memberikan penilaian sebesar 4.383 dengan nilai median sebesar 4.571, nilai minimum sebesar 1 dan maksimum sebesar 5 yang artinya dari seluruh responden yang memberikan penilaian terendah jawaban atas minat pengguna adalah 1 dan nilai tertinggi adalah 5. Sedangkan standar deviasi sebesar 0.753 memiliki arti bahwa ukuran penyebaran data dari variabel minat pengguna adalah sebesar 0.753 dari 100 responden.

4.1.4.2 Skema Model *Partial Least Square* (PLS)

Pada penelitian ini hipotesis menggunakan Teknik analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan program smartPLS 4.0. berikut ini adalah skema model program PLS yang diajukan :



Sumber : Data Diolah, 2023

Gambar 4 1 Model *Partial Least Square* (PLS)

4.1.4.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Untuk menguji adanya multikolinieritas dilihat dari nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika hasil analisis menunjukkan nilai VIF dibawah 10 dan *tolerance value* diatas 0,10 dapat disimpulkan bahwa model tersebut bebas dari multikolinieritas.

tabel 4 9 Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF
Persepsi Kegunaan (X1) -> Minat Pengguna (Y)	7.976
Persepsi Kemudahan (X2) -> Minat Pengguna (Y)	8.566
Persepsi Kepercayaan (X3) -> Minat Pengguna (Y)	3.867

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dari nilai VIF maka multikolinearitas antar variabel diuraikan sebagai berikut:

1. Variabel persepsi kegunaan terhadap minat pengguna memiliki nilai VIF $7.976 < 10$ artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas yang menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel.
2. Variabel persepsi kemudahan terhadap minat pengguna memiliki nilai VIF $8.566 < 10$ artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas yang menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel.
3. Variabel persepsi kepercayaan terhadap minat pengguna memiliki nilai VIF $3,867 < 10$ artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas yang menunjukkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel.

4.1.4.4 Evaluasi Outer Model atau Measurement Model

Evaluasi outer akhir dari penelitian ini menghasilkan variabel minat pengguna direfleksikan oleh 4 indikator, persepsi kegunaan direfleksikan oleh 5 indikator, persepsi kemudahan direfleksikan oleh 5 indikator, dan persepsi kepercayaan oleh 7 indikator. Tahap-tahap dalam analisis SmartPLS mengevaluasi model outer reflektif menggunakan 4 kriteria yaitu menguji validitas dan reliabilitas variabel dengan melihat *Cronbach's Alpha*, *Convergent Validity*, *composite Reliability*, dan *Average Variance Extranced (AVE)* pada masing-masing variabel. Empat kriteria pengujian sebagai berikut :

1. *Convergent validity* : Indikator dianggap *valid* apabila nilai koefisien $> 0,70$. Factor loadings pada penelitian ini semua variabel indikatornya sudah memiliki nilai $> 0,70$. Hal ini berarti indikator dapat dianggap *valid*.

2. *Discriminant Validity* : Variabel dikatakan valid apabila *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,50$.
3. *Coposite Reliability* : Variabel dikatakan reliable apabila *Coposite Reliability* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$
4. *Cronbach's Alpha* : Variabel dikatakan reliable apabila *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$

Hasil pengujian adalah sebagai berikut :

4.1.4.4.1 *Convergent Validity*

Untuk menguji convergent validity digunakan nilai outer loading atau loading Factor. Suatu Indikator dinyatakan memenuhi convergent validity dalam kategori baik apabila outer loadings $> 0,70$. Berikut adalah nilai outer loading dari masing-masing indikator pada variabel penelitian

Tabel 4 10 Outer Loadings

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0.865	<i>Valid</i>
	X1.2	0.882	<i>Valid</i>
	X1.3	0.901	<i>Valid</i>
	X1.4	0.916	<i>Valid</i>
	X1.5	0.886	<i>Valid</i>
	X1.6	0.921	<i>Valid</i>
	X1.7	0.877	<i>Valid</i>
	X1.8	0.929	<i>Valid</i>
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0.894	<i>Valid</i>
	X2.2	0.903	<i>Valid</i>
	X2.3	0.951	<i>Valid</i>
	X2.4	0.925	<i>Valid</i>
	X2.5	0.918	<i>Valid</i>
	X2.6	0.895	<i>Valid</i>
	X2.7	0.889	<i>Valid</i>
Persepsi	X3.1	0.849	<i>Valid</i>

Kepercayaan (X3)	X3.3	0.867	<i>Valid</i>
	X3.4	0.858	<i>Valid</i>
	X3.5	0.893	<i>Valid</i>
	X3.6	0.882	<i>Valid</i>
	X3.7	0.925	<i>Valid</i>
	X3.8	0.911	<i>Valid</i>
Minat	Y1	0.889	<i>Valid</i>
Minat Pengguna (Y)	Y2	0.873	<i>Valid</i>
	Y3	0.867	<i>Valid</i>
	Y4	0.799	<i>Valid</i>
	Y5	0.891	<i>Valid</i>
	Y6	0.865	<i>Valid</i>
	Y7	0.838	<i>Valid</i>

Sumber : Data Diolah, 2023

Hasil pengolahan dengan menggunakan Smart PLS dapat dilihat pada Tabel 4.10 diatas Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel dikatakan valid dengan nilai outer loading $> 0,7$.

4.1.4.4.2 Discriminant Validity

Disciminat Validity dapat diketahui melalui metode Average Variance Extracted (AVE) untuk masing-masing indikator memiliki kriteria $> 0,5$ agar dikatakan valid.

Tabel 4 11 Discriminant Validity Metode Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.805	<i>Valid</i>
Persepsi Kemudahan	0.830	<i>Valid</i>
Persepsi Kepercayaan	0.781	<i>Valid</i>
Minat Pengguna	0.741	<i>Valid</i>

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.11 diatas, dapat diketahui bahwa nilai AVE dari variabel persepsi kegunaan $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0,805 untuk nilai variabel persepsi kemudahan $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0,830, untuk variabel

persepsi kepercayaan $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0,781, serta pada variable minat pengguna $> 0,5$ dengan nilai sebesar 0.741. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *discriminat validity* yang baik.

4.1.4.4.3 Uji *Composite reliability*

Composite Reliability merupakan bagian yang digunakan untuk menguji reliabilitas indikator-indikator variabel. Variabel dapat dikatakan memenuhi composite reliability apabila nilai *composite reliability* dari masing-masing variabel nilainya $> 0,70$. Berikut ini adalah nilai *Composite Reliability* dari masing-masing variabel :

tabel 4 12 *Composite realibility*

Variabel	Composite realibility	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.971	Reliable
Persepsi Kemudahan	0.972	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0.961	Reliable
Minat Pengguna	0.952	Reliable

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Composite Reliability* dari variabel persepsi kegunaan $> 0,7$ dengan nilai sebesar 0,971, untuk variabel persepsi kemudahan memiliki nilai $>$ dari 0,7 yaitu 0,972, untuk variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai $> 0,7$ yaitu 0,961, serta variabel minat pengguna juga memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 yaitu sebesar 0,952. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Composite Reliability* $> 0,70$, menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel.

4.1.4.4 Cronbach's Alpha

Uji reliabilitas *Composite Reliability* diatas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,70$. Berikut adalah nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel.

Tabel 4 13 Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.965	Reliable
Persepsi Kemudahan	0.966	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0.953	Reliable
Minat Pengguna	0.942	Reliable

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan data pada tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel persepsi kegunaan produk $> 0,7$ dengan nilai sebesar 0,965, untuk variabel persepsi kemudahan memiliki nilai $>$ dari 0,7 yaitu 0,966, untuk variabel persepsi kepercayaan memiliki nilai $> 0,7$ yaitu 0,953, serta variabel minat pengguna juga memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7 yaitu sebesar 0,942. Hal ini menunjukkan bahwa setiap variabel telah memiliki *Cronbach's Alpha* $> 0,7$, menunjukkan bahwa variabel tersebut reliabel.

4.1.4.5 Evaluasi Inner Model

Evaluasi model ini dilakukan menggunakan *Coefficient Determination* (R^2), Uji Keباikan (*Goodness of Fit*), *Effect Size* (*F-Squares*), dan pengujian hipotesis (Uji Statistik Parsial) dan (Uji Statistik Simultan).

4.1.4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R-Square)

R-square adalah ukuran proporsi variasi nilai yang dipengaruhi (dependen) yang dapat dijelaskan oleh variabel yang mempengaruhinya (independen) ini berguna untuk memprediksi apakah model adalah baik/buruk. Nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif. Nilai R-square 0.75 berarti model kuat, 0.50 berarti model moderat dan 0.25 berarti model lemah (et al Hair, 2014). Berdasarkan pengolahan yang telah dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS 4.0 disajikan hasil nilai R-Squares berikut:

Tabel 4 14 Koefisien Determinasi

	R-Square (R ²)	R-Square Adjusted
Minat Pengguna (Y)	0.869	0.865

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, nilai R-Square nilai perusahaan adalah 0.865 (86,5%) dan dinyatakan *moderate*. Hal ini berarti bahwa kemampuan variabel bebas dalam penelitian ini yakni persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan mempengaruhi variabel terikatnya yakni minat pengguna sebesar 86,5% dan sisanya 13,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini menunjukkan bahwa model struktural variabel bebas terhadap variabel terikat dinyatakan kuat.

4.1.4.5.2 Predictive Relevance (Q-Square)

Penilaian uji kelayakan (*goodness of fit*) dapat diketahui dari nilai Q-Square yakni sama dengan *coefficient determination* (R-Square) pada analisis regresi. Semakin tinggi nilai Q-Square, maka model dikatakan semakin baik atau semakin fit dengan data. (Ghozali I. d., 2015). Nilai Q-square harus lebih besar dari nol untuk

menunjukkan akurasi prediksi model struktural konstruk. Sebagai aturan praktis, nilai $Q^2 < 0$ berarti relevansi prediktif kecil, nilai $Q^2 > 0.25$ berarti relevansi prediktif sedang dan nilai $Q^2 > 0.50$ berarti relevansi prediktif besar dari model jalur (J. F. Hair et al., 2019). Adapun hasil perhitungan *Q-Square* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Q\text{-Square} &= 1 - [(1 - R^2)] \\ &= 1 - [(1 - 0.865)] \\ &= 1 - [0.135] \\ &= 0,865 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai *Q-Square* sebesar 0.865. Hal ini menjelaskan beragamnya data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model penelitian sebesar 86,5% sedangkan sisanya 13,5% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian ini. Dari hasil tersebut, maka disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat dinyatakan telah memiliki kelayakan dan relevansi prediktif besar atau *goodness of fit* yang baik.

4.1.4.5.3 Effect Size (F-Squares)

Effect size (f-square) bertujuan untuk melihat dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (independen) terhadap variabel yang dipengaruhi (dependen). *F-Square* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi (independen) terhadap variabel yang dipengaruhi (dependen). Kriteria penarikan kesimpulan adalah jika nilai F^2 sebesar 0,02 maka terdapat efek yang kecil (lemah) dari variabel independen terhadap dependen, nilai F^2 sebesar 0,15 maka terdapat efek yang moderat (sedang) dari variabel eksogen terhadap endogen, nilai F^2 sebesar 0,35 maka terdapat efek yang besar (baik) dari variabel independen terhadap dependen (Juliandi, 2018).

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS 4.0, maka diperoleh nilai *f-square* sebagai berikut:

Tabel 4 15 F-Square

Variabel	F-Square
Persepsi Kegunaan (X1) -> Minat Pengguna (Y)	0.045
Persepsi Kemudahan (X2) -> Minat Pengguna (Y)	0.255
Persepsi Kepercayaan (X3) -> Minat Pengguna (Y)	0.089

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, dapat diketahui bahwa :

1. Pengaruh persepsi kegunaan (X1) terhadap minat pengguna (Y) memiliki nilai F^2 sebesar 0.045 atau sebesar 4,5% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek kecil dari variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Pengaruh persepsi kemudahan (X2) terhadap minat pengguna (Y) memiliki nilai F^2 sebesar 0.255 atau sebesar 25,5% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek sedang dari variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Pengaruh persepsi kepercayaan (X3) terhadap minat pengguna (Y) memiliki nilai F^2 sebesar 0.089 atau sebesar 8,9% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek kecil dari variabel independen terhadap variabel dependen.

4.1.4.5.4 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan menguji signifikansi semua hubungan yang telah diuraikan dalam hipotesis. Pengolahan data dilakukan untuk menguji hipotesis dengan melihat *t-statistic* dan nilai *p-value*. Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat apabila $t\text{-statistic} > 1.96$ dan $p\text{-value} < 0.05$. Pada software SmartPLS 4.0. Hipotesis terdiri dari uji statistik F (simultan), uji statistik T (parsial).

H1 : Pengaruh Persepsi Kegunaan terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*.

H2 : Pengaruh Persepsi Kemudahan terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*

H3 : Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking*.

H4 : Pengaruh Persepsi Kegunaan, persepsi Kemudahan, dan persepsi kepercayaan Terhadap Minat Pengguna *Mobile Banking* Secara Bersama-sama.

4.1.4.5.4.1 Uji Statistik T (Parsial)

Uji statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Uji ini dilakukan dengan cara membandingkan hasil t hitung dengan t tabel. Penerimaan maupun penolakan terhadap hipotesis didasarkan pada kriteria jika nilai signifikan $< 0,05$ artinya H_a diterima dan H_0 ditolak, begitu juga sebaliknya jika nilai sig $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun tabel Uji Statistik secara Parsial pada output SmartPLS 4.0 disajikan sebagai berikut:

Tabel 4 16 Uji Statistik T

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
(X1) -> (Y)	0.218	0.229	0.146	1.493	0.135
(X2) -> (Y)	0.535	0.520	0.147	3.643	0.000
(X3) -> (Y)	0.213	0.215	0.078	2.735	0.006

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.16 dari hasil *Path Coefficient* di atas dapat dilihat bahwa:

1. Persepsi Kegunaan terhadap Minat Pengguna memiliki nilai t-statistic 1.493 < 1.96 dan p-value $0.135 > 0.05$, maka hal ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna. Artinya hipotesis pertama ditolak

2. Persepsi Kemudahan terhadap Minat Pengguna memiliki nilai t-statistic $3.643 > 1.96$ dan p-value $0.000 < 0.05$, maka hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna. Artinya hipotesis kedua diterima.
3. Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Pengguna memiliki nilai t-statistic $2.735 > 1.96$ dan p-value $0.006 < 0.05$, maka hal ini menunjukkan bahwa persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna. Artinya hipotesis ketiga diterima.

4.1.4.5.4.2 Uji Statistik F (Simultan)

Uji F merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk melakukan pengujian terhadap tingkat pengaruh antar variabel secara keseluruhan juga untuk melakukan pengujian *fit* terhadap model yang digunakan. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Begitu juga sebaliknya jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun tabel Uji Statistik secara Simultan pada output SmartPLS 4.0 disajikan sebagai berikut:

Tabel 4 17 Uji Statistik F

Variabel	F-Statistik	P-Value
Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Persepsi Kepercayaan (X3) -> Minat Pengguna (Y)	202.339	0.000

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SmartPLS 4.0 yang telah di paparkan pada tabel 4.17 hasil pengujian hipotesis dengan f-statistik adalah sebesar $202.339 > 2.460$ f-tabel atau nilai p-value $0.000 < 0,05$ maka hipotesis ke-empat

diterima atau terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat pengguna mobile banking.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Persepsi Kegunaan Terhadap Minat Pengguna

Dari hasil uji hipotesis dengan koefisien jalur (*path coefficients*), diperoleh hasil analisis menunjukkan pengaruh persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna. Dikarenakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih kecil dari t-tabel sebesar $1.493 < 1,96$ dan P-value $0,135 < 0,05$ sehingga persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat pengguna. Dengan demikian hipotesis pertama ditolak, Nilai *original sample* sebagai koefisien jalur persepsi kegunaan terhadap minat pengguna sebesar 0.218, dengan persentase 21,8% artinya arah hubungan antara persepsi kegunaan dengan minat penggunaan mobile banking positif.

Persepsi kegunaan dapat di nyatakan dengan menggunakan suatu sistem informasi dapat meningkatkan produktivitas bagi pengguna. Persepsi kegunaan menggambarkan suatu proses pengambilan keputusan mengenai minat, apabila nilai kegunaan sudah didapatkan semakin besar kegunaan yang dirasakan maka semakin besar minat seseorang dalam menggunakan mobile banking. Namun, berbeda dengan hasil dalam penelitian ini bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking.

Salah satu penyebab persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile yaitu nilai *F-Square* yang digunakan untuk menilai dampak relatif dari suatu variabel yang mempengaruhi variabel (independen) terhadap

variabel yang dipengaruhi (dependen). Pengaruh persepsi kegunaan yang memiliki nilai F^2 sebesar 0.045 atau sebesar 4,5% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek kecil dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga peningkatan persepsi kegunaan dalam menggunakan mobile banking tidak mempengaruhi minat pengguna.

Menurut (Hadi, 2011) Para nasabah tidak memperlmasalahkan kemudahan penggunaan *mobile banking*, kondisi ini wajar, karena pada saat ini nasabah sudah memiliki banyak pengetahuan mengenai teknologi, Mereka beranggapan bahwa penggunaan *mobile banking* mudah digunakan, karena teknologi semakin berkembang dari tahun ke tahun. Mudah atau tidaknya sistem *mobile banking* digunakan, tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Hadi, 2011) dan (Lestari, 2016) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking. hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Pranoto & Setianegara, 2020) (Pratiwi et al., 2020) (Wulandari et al., 2022) yang menyatakan bahwa persepsi kegunaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*.

4.2.2 Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Pengguna

Dari hasil uji hipotesis dengan koefisien jalur (*path coefficients*), diperoleh hasil analisis menunjukkan pengaruh persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna. Dikarenakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih besar dari t-tabel $3.643 > 1.96$ dan p-value $0.000 < 0.05$, sehingga persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat pengguna. Dengan demikian hipotesis kedua diterima. Nilai *original sample* sebagai koefisien jalur persepsi kemudahan terhadap minat

pengguna sebesar 0.535 dengan persentase 53,5% artinya arah hubungan antara persepsi kemudahan dengan minat penggunaan mobile banking positif.

Persepsi Kemudahan Penggunaan, atau perspektif individu tertentu terhadap penggunaan teknologi tertentu, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dapat membantu individu atau bahkan bagaimana teknologi tersebut dapat membuat individu bertransaksi menggunakan *mobile banking* menjadi lebih mudah. Apabila nilai kemudahan sudah didapatkan semakin besar kemudahan yang dirasakan maka semakin besar minat seseorang dalam menggunakan mobile banking.

Persepsi kemudahan yang memiliki nilai F^2 sebesar 0.255 atau sebesar 25,5% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek sedang dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga peningkatan persepsi kemudahan dalam menggunakan mobile banking dapat mempengaruhi minat pengguna mobile banking. Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tingginya kemudahan penggunaan *mobile banking* menyebabkan semakin besar keinginan pengguna untuk memakainya dan akhirnya bersikap positif terhadap fasilitas tersebut. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat persepsi kemudahan nasabah untuk menggunakan layanan *mobile banking* dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pemanfaatan sistem tersebut.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang

dilakukan oleh (Hanif Astika Kurniawati, 2017) (Hanif Astika Kurniawati), (2017; Maulana et al., 2019); (Sulistiyarini, 2012) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*. penelitian ini tidak sejalan dengan (Mahendra, 2013) dan (Hadi, 2011) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking

4.2.3 Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna

Dari hasil uji hipotesis dengan koefisien jalur (*path coefficients*), diperoleh hasil analisis menunjukkan pengaruh persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna. Dikarnakan hasil uji hipotesis t-statistik lebih besar dari t-tabel $2.735 > 1,96$ dan P-value $0.006 < 0,05$ sehingga persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna. Dengan demikian hipotesis ketiga diterima. Nilai *original sample* sebagai koefisien jalur persepsi kepercayaan terhadap minat pengguna sebesar 0.213 dengan persentase 21,3% artinya arah hubungan antara persepsi kepercayaan dengan minat penggunaan mobile banking positif.

Persepsi kepercayaan yang dimiliki individu pada teknologi tertentu saat menggunakannya, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dapat membantu individu itu atau bahkan membuat mereka memiliki kepercayaan dalam melakukan transaksi seperti pembelian atau pembayaran yang dilakukan melalui perbankan seluler dan dapat mempercayai cara kerja *mobile banking* melalui fitur-fitur tertentu dari teknologi yang ditargetkan oleh perspektif kepercayaan seseorang.

Persepsi kepercayaan yang memiliki nilai F^2 sebesar 0.089 atau sebesar 8,9% yang mengindikasikan bahwa terdapat efek kecil dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sehingga peningkatan persepsi kepercayaan dalam

menggunakan mobile banking dapat mempengaruhi minat pengguna mobile banking walaupun memiliki efek yang kecil.

kepercayaan dalam konteks penggunaan sistem informasi berbasis teknologi menggambarkan suatu keyakinan bahwa keberadaan sistem informasi tersebut akan mampu memenuhi kebutuhan. Kepercayaan adalah faktor kunci dalam membangun komunikasi secara timbal balik. Selain itu, secara empiris dapat mengidentifikasi kualitas layanan dan keterikatan pelanggan sebagai penyebab adanya kepercayaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Lieny, 2021), (Rozi & Ziyad, 2019) dan (Tirtana & Permata Sari, 2014) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan (Lestari, 2016) yang menyatakan bahwa persepsi kepercayaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking.

4.2.4 Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Minat Pengguna

Dari hasil uji hipotesis diperoleh hasil analisis menunjukkan pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat pengguna mobile banking. dengan uji hipotesis t-statistik adalah sebesar $202.339 > 2.460$ dan nilai p-value $0.000 < 0,05$ maka hipotesis ke-empat diterima atau terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap minat pengguna mobile banking.

Dalam teori motivasi, Motivasi ini sangat berperan penting untuk membantu mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan demikian, maka

menentukan penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa ditentukan berdasarkan persepsi mereka masing-masing, apakah dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dengan adanya persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking*. Seorang mahasiswa memiliki persepsi yang dipilihnya dapat memberikan apa yang diharapkan oleh mahasiswa tersebut. Keputusan seseorang dalam penggunaan sebuah layanan dapat dipengaruhi oleh banyak faktor dalam penelitian ini penulis mengambil tiga faktor yang mengindikasikan terkait dengan variabel persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan, berikut adalah penjelasan variabel yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking*.

Persepsi kegunaan yang dimiliki individu pada teknologi tertentu saat menggunakannya, tergantung pada bagaimana teknologi tersebut dapat membantu individu untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan cepat, mempermudah pekerjaan dalam bertransaksi tanpa harus mengunjungi bank untuk melakukan transaksi, meningkatkan produktivitas, Produktivitas berhubungan dengan efisiensi penggunaan sumber untuk menghasilkan produk atau jasa, seperti penggunaan layanan *mobile banking* untuk menunjukkan suatu efisiensi dalam menggunakannya.

Persepsi kemudahan penggunaan sistem yang dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) individu dalam melakukan pekerjaan. Persepsi kemudahan penggunaan teknologi informasi akan menimbulkan perasaan dalam diri seseorang bahwa sistem itu mempunyai kegunaan dan karenanya menimbulkan rasa nyaman bila bekerja dengan menggunakannya. Mudah digunakan (*easy of use*) kemudahan penggunaan teknologi informasi yaitu sangat mudah dipahami, fleksibel. Keterampilan penggunaan akan bertambah dengan menggunakan TI dan sangat mudah untuk dioperasikan.

Persepsi kepercayaan merupakan tingkat di mana individu percaya bahwa sebuah organisasi dan infrastruktur mendukung penggunaan sistem. Adanya kepercayaan dalam pengolahan data yang akan dirahasiakan dapat membuat nasabah merasa aman dengan data yang ada pada penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2019) dan penelitian (Rozi & Ziyad, 2019) menyatakan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan berpengaruh terhadap minat pengguna *mobile banking*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Lestari, 2016) menyatakan bahwa kegunaan, kemudahan, dan kepercayaan tidak mempengaruhi minat pengguna *mobile banking*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Persepsi Kegunaan tidak berpengaruh terhadap Minat Pengguna mobile banking, artinya persepsi kegunaan yang meningkat tidak dapat meningkatkan minat penggunaan *mobile banking*.
2. Persepsi Kemudahan berpengaruh terhadap Minat Pengguna mobile banking, artinya persepsi kemudahan yang meningkat dapat meningkatkan minat penggunaan *mobile banking*.
3. Persepsi Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Pengguna mobile banking, artinya persepsi kemudahan yang meningkat dapat meningkatkan minat penggunaan *mobile banking*.
4. Persepsi Kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan *mobile banking*, Hal ini berarti semakin baik persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, dan persepsi kepercayaan nasabah pada *mobile banking*, maka akan semakin tinggi pula minat nasabah terhadap penggunaan *mobile banking*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas maka ada beberapa saran yang direkomendasikan :

1. Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking, sehingga bank perlu menambah wawasan mengenai kegunaan dari

mobile banking tersebut, meningkatkan teknologi yang digunakan pada perangkat *mobile banking* yang digunakan, sehingga ada manfaat nyata yang dirasakan oleh nasabah.

2. Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking, namun disarankan agar pihak bank membuat lebih banyak fitur mengenai layanan mobile banking agar lebih mempermudah transaksi.

3. Persepsi Kepercayaan

Persepsi kepercayaan berpengaruh terhadap minat penggunaan mobile banking, namun disarankan agar pihak bank memberikan jaminan bahwa data – data pribadi nasabah tidak akan digunakan oleh pihak ketiga dan pegawai bank dapat melakukan komunikasi yang baik dengan semua nasabah.

4. Bagi Nasabah

pengguna layanan *mobile banking* di harapkan dengan hasil penelitian ini, masyarakat tidak hanya melaksanakan kemudahannya saja tetapi juga harus memperhatikan keamanan transaksi keuangan *online* seperti privasi password agar tidak terjadi kejahatan dalam menggunakan *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ammy, B. (2022). Effect of Financial Literacy and Quality of Accounting Information on Investment Interest with Cryptocurrency as a Variable Intervening. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3801-3811.
- Anuraga, G., & Otok, B. W. (2013). Pemodelan kemiskinan di Jawa Timur dengan structural equation modeling-partial least square. *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang*, 1(2).
- Azuar Juliandi, I., & Manurung, S. (2014). Metode Penelitian Konsep dan Aplikasi. UMSU PRESS, p. 223
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319–340.
- Dirwan, D. (2022). Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking dari Sisi Kemudahan, Manfaat dan Kenyamanan. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 323–332.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1).
- Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance model (TAM) untuk menganalisis penerimaan terhadap sistem informasi di perpustakaanM INFORMASI PERPUSTAKAAN. *Iqra: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 9(1), 196942.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Gunawan, A. (2023). [TURNITIN] Analysis Of Factors Affectin Student Decisions In Using Digital Payment Gopay In Student Of The Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Hadi, S. (2011). *Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan layanan mobile banking*.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

- Hanif Astika Kurniawati, W. A. W. A. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, IV (1), 24–29.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Risiko Persepsian Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta. *Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Iriani, A. F. (2019). Minat nasabah dalam penggunaan mobile banking pada nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(2).
- Ismail, H. A., & Purwani, T. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Mobile Banking. *Indicators: Journal of Economic and Business*, 3(2), 151–157.
- Lestari, D. (2016). Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Lieny, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kenyamanan Dan Kepercayaan Terhadap Niat Dalam Menggunakan Mobile Banking Di Bca Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Keuangan*, 8(2), 56–62.
- Maulana, R., Iskandar, I., & Mailany, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan Technology Acceptance Model. *Cyberspace: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(2), 146–155.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020a). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1–9.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020b). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1–9.
- Pratama, A., Saleh, F. M., Zahra, F., & Afdhalia, N. (n.d.). PERSEPSI KEGUNAAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN, DAN KENYAMANAN

PENGARUHNYA TERHADAP NIAT DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI MOBILE BANKING (Studi Pada Nasabah Perbankan Konvensional di Kota Palu). *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 2(1), 204–216.

Pratiwi, I. E., Affandy, F. F., & Rosalina, Y. (2020). Determinan Penggunaan Digital Banking Pada Generasi Milenial Muslim: Pendekatan Technology f Acceptance Model (Studi Kasus Di Kota Jayapura, Indonesia). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 478–487.

Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.

Rahayu, P. P. (2019). *Pengaruh persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, dan persepsi kenyamanan terhadap minat penggunaan mobile banking (Studi Empiris pada Mahasiswa di Yogyakarta)*.

Rambe, I., Djamil, F., & Saepudin, D. (2023). THE EFFECT OF ISLAMIC FINANCIAL LITERACY ON SAVINGS DECISIONS IN ISLAMIC BANKS WITH CUSTOMER VALUE MEDIATION (CASE STUDY: MEDAN CITY). *International Journal of Educational Review, Law And Social Sciences (IJERLAS)*, 3(3), 934-942.

Rampen, D. E. C., & Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM. *Cogito Smart Journal*, 7(1), 85–95.

Rozi, F., & Ziyad, M. (2019). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank BTN. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(2), 92–102.

Setianingtias, R., Baiquni, M., & Kurniawan, A. (2019). Pemodelan indikator tujuan pembangunan berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 27(2), 61–74.

Sitompul, D. N., & Hayati, I. (2019). Pengaruh Model Pembelajaran Direct Instruction Berbasis Games Terhadap Minatbelajar Mahasiswa Pada Mata Kuliah Akuntansi Pasiva Program Studi Pendidikan Akuntansi Fkip Umsu Ta 2017/2018. *Liabilities (Jurnal Pendidikan Akuntansi)*, 2(3), 243–253.

- Soraya, I. (2015). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Jakarta dalam mengakses portal media Jakarta Smart City. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 6(1).
- Sulistiyaning, S. (2012). Pengaruh minat individu terhadap penggunaan mobile banking: model kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) dan Theory of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1689–1699.
- Sulmi, A. A. K., Awaluddin, M., Gani, I., & Kara, M. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar). *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, 1(2).
- Syahniar, A. T., Herlambang, T., & Puspitadewi, I. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jember Sudirman. *Universitas Muhammadiyah Jember*, 40.
- Tirtana, I., & Permata Sari, S. (2014). *Analisis pengaruh persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan mobile banking*.
- Uno, H. B. (2023). *Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan*. Bumi Aksara.
- Wulandari, W., Japarianto, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan technology acceptance model (tam) terhadap perilaku konsumen mobile banking di SURABAYA. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 126–132.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

DATA PERNYATAAN

Dalam rangka penyelesaian skripsi, saya Helpina Novriani bermaksud melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi dengan judul “Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)”. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan saudara/I untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner ini.

Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan

terima kasih.

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Saudara/i cukup memilih salah satu jawaban yang tersedia dengan cara memberi tanda silang (X) pada angka-angka yang tersedia dari rentang skala 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga skala 5 (Sangat Setuju)

No	Pernyataan
1	Sangat Tidak Setuju (STS)
2	Tidak Setuju (TS)
3	Kurang Setuju (KS)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Tabel 5 1 Daftar Pernyataan

1. PERSEPSI KEGUNAAN

No	pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa bahwa mobile banking dapat mempercepat pekerjaan					
2	Saya merasa mobile banking dapat meningkatkan kinerja dalam bertransaksi					
3	Saya menilai bahwa mobile banking dapat menyelesaikan transaksi lebih cepat					
4	Saya merasa bahwa mobile banking dapat meningkatkan efektifitas					
5	Saya merasa bahwa mobile banking dapat meningkatkan produktivitas keseharian yang dilakukan					
6	Saya merasa mobile banking dapat mempermudah pekerjaan					
7	Saya merasa mobile banking dapat memberikan manfaat bagi pengguna					
8	Saya menilai bahwa mobile banking dapat mempermudah transaksi pada saat tidak menemukan atm					

2. PERSEPSI KEMUDAHAN

No	pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa mobile banking mudah untuk di pelajari					
2	Saya merasa mobile banking mudah untuk dioperasikan dalam kehidupan sehari-hari					
3	Saya merasa mobile banking dapat dikendalikan dengan mudah					
4	Saya merasa mobile banking jelas dan dapat di mengerti					
5	Saya merasa mobile banking lebih praktis untuk digunakan					
6	Saya merasa mobile banking mudah dan terampil dalam menggunakannya					
7	Saya merasa fitur dalam mobile banking mudah dijalankan					

3. PERSEPSI KEPERCAYAAN

No	pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Menurut saya Informasi yang ada dalam mobile banking benar apa adanya					
2	Mobile banking memberikan kompensasi kerugian jika terjadi kesalahan dalam melakukan transaksi					
3	Saya merasa saat bertransaksi menggunakan mobile banking dapat dipercaya					
4	Saya merasa bank mampu menjaga keamanan dalam setiap transaksi yang dilakukan					
5	Saya merasa Bank menyediakan Layanan mobile banking untuk memenuhi tanggungjawab kepada nasabah					
6	Saya merasa bank penyedia layanan mobile banking mampu menjaga kerahasiaan data					
7	Saya merasa bank penyedia layanan mobile banking mampu menjaga keamanan data					
8	Saya merasa Fitur dalam mobile banking dapat dipercaya saat digunakan					

4. MINAT PENGGUNA

No	pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa tertarik untuk menggunakan <i>mobile banking</i> karena dapat mempermudah segala transaksi					
2	Saya merasa mobile banking menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari					
3	Saya merasa senang saat menggunakan mobile banking dalam bertransaksi dibandingkan dengan tidak menggunakannya					
4	Saya menilai bahwa dalam menggunakan mobile banking tidak membutuhkan biaya, hanya menggunakan smartphone yang memiliki data internet					
5	Saya merasa menggunakan mobile banking dalam kehidupan sehari-hari menjadi kebiasaan untuk bertransaksi tanpa harus ke bank					

6	Saya merasa Mobile banking dapat diandalkan dalam segala hal					
7	Saya merasa menggunakan mobile banking dapat mempermudah pembayaran ketika tidak memiliki cash					

LAMPIRAN 2

Tabel 5 2 Jawaban Responden

1. Persepsi Kegunaan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	1	1%	11	11%	32	32%	53	53%
2	3	3%	2	2%	10	10%	34	34%	51	51%
3	3	3%	0	0%	8	8%	28	28%	61	61%
4	3	3%	2	2%	10	10%	34	34%	51	51%
5	3	3%	0	0%	10	10%	31	31%	56	56%
6	3	3%	1	1%	10	10%	27	27%	59	59%
7	3	3%	1	1%	4	4%	30	30%	62	62%
8	3	3%	1	1%	7	7%	31	31%	58	58%

2. Persepsi Kemudahan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	4	4%	1	1%	8	8%	32	32%	55	55%
2	3	3%	0	0%	8	8%	31	31%	58	58%
3	3	3%	1	1%	9	9%	37	37%	50	50%
4	3	3%	0	0%	7	7%	36	36%	54	54%
5	3	3%	1	1%	8	8%	27	27%	61	61%
6	3	3%	2	2%	6	6%	36	36%	53	53%
7	3	3%	0	0%	5	5%	39	39%	53	53%

3. Persepsi Kepercayaan

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	2	2%	16	16%	40	40%	39	39%
2	5	5%	3	3%	25	25%	37	37%	30	30%
3	2	2%	3	3%	14	14%	45	45%	36	36%
4	4	4%	0	0%	11	11%	42	42%	43	43%
5	3	3%	1	1%	12	12%	35	35%	49	49%
6	4	4%	2	2%	12	12%	39	39%	43	43%
7	3	3%	0	0%	17	17%	38	38%	42	42%
8	3	3%	0	0%	10	10%	42	42%	45	45%

4. Minat Pengguna

No Item	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	3	3%	0	0%	5	5%	18	18%	74	74%
2	3	3%	1	1%	15	15%	24	24%	57	57%
3	4	4%	1	1%	9	9%	32	32%	54	54%
4	3	3%	3	3%	9	9%	36	36%	49	49%
5	3	3%	1	1%	9	9%	32	32%	55	55%
6	1	1%	5	5%	16	16%	29	29%	49	49%
7	4	4%	0	0%	7	7%	24	24%	65	65%

LAMPIRAN 3

Tabel 5 3 Uji Kualitas Data

1. Convergent Validity

Variabel	Indikator	Outer Loadings	Keterangan
Persepsi Kegunaan (X1)	X1.1	0.865	<i>Valid</i>
	X1.2	0.882	<i>Valid</i>
	X1.3	0.901	<i>Valid</i>
	X1.4	0.916	<i>Valid</i>
	X1.5	0.886	<i>Valid</i>
	X1.6	0.921	<i>Valid</i>
	X1.7	0.877	<i>Valid</i>
	X1.8	0.929	<i>Valid</i>
Persepsi Kemudahan (X2)	X2.1	0.894	<i>Valid</i>
	X2.2	0.903	<i>Valid</i>
	X2.3	0.951	<i>Valid</i>
	X2.4	0.925	<i>Valid</i>
	X2.5	0.918	<i>Valid</i>
	X2.6	0.895	<i>Valid</i>
	X2.7	0.889	<i>Valid</i>
Persepsi Kepercayaan (X3)	X3.1	0.849	<i>Valid</i>
	X3.3	0.867	<i>Valid</i>
	X3.4	0.858	<i>Valid</i>
	X3.5	0.893	<i>Valid</i>
	X3.6	0.882	<i>Valid</i>
	X3.7	0.925	<i>Valid</i>
Minat Pengguna (Y)	X3.8	0.911	<i>Valid</i>
	Y1	0.889	<i>Valid</i>
	Y2	0.873	<i>Valid</i>
	Y3	0.867	<i>Valid</i>
	Y4	0.799	<i>Valid</i>
	Y5	0.891	<i>Valid</i>
	Y6	0.865	<i>Valid</i>
Y7	0.838	<i>Valid</i>	

Sumber : Data Diolah, 2023

2. Discriminant Validity

	Average Variance Extracted (AVE)	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.805	<i>Valid</i>
Persepsi Kemudahan	0.830	<i>Valid</i>
Persepsi Kepercayaan	0.781	<i>Valid</i>
Minat Pengguna	0.741	<i>Valid</i>

Sumber : Data Diolah, 2023

3. Composite Reliability

Variabel	Composite reability	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.971	Reliable
Persepsi Kemudahan	0.972	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0.961	Reliable
Minat Pengguna	0.952	Reliable

Sumber : Data Diolah, 2023

4. Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Kegunaan	0.965	Reliable
Persepsi Kemudahan	0.966	Reliable
Persepsi Kepercayaan	0.953	Reliable
Minat Pengguna	0.942	Reliable

Sumber : Data Diolah, 2023

LAMPIRAN 4

Tabel 5 4 Uji Statistik

1. Hasil Uji Statistik T

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
(X1) -> (Y)	0.218	0.229	0.146	1.493	0.135
(X2) -> (Y)	0.535	0.520	0.147	3.643	0.000
(X3) -> (Y)	0.213	0.215	0.078	2.735	0.006

Sumber : Daata Diolah, 2023

2. Hasil Uji Statistik F

Variabel	F-Statistik	P-Value
Persepsi Kegunaan (X1), Persepsi Kemudahan (X2), dan Prsepsi Kepercayaan (X3) -> Minat Pengguna (Y)	202.339	0.000

Sumber : Data Diolah, 2023



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: /JDL/SKR/AKT/FEB/UMSU/07/01/2023

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 07/01/2023

Dengan hormat,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Helpina Novriani
NPM : 1905170288
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : 1. Apakah faktor penyebab mahasiswa menggunakan mobile banking disaat ini. 2. Apa pengaruh kualitas pelayanan publik terhadap kepuasan masyarakat. 3. Bagaimana penerapan standak akuntansi keuangan pada laporan keuangan

Rencana Judul : 1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Mobile Banking Pada Mahasiswa Akuntansi
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat
3. Penerapan Standar Akuntansi Keuangan pada Penyusunan Laporan Keuangan

Objek/Lokasi Penelitian : 1. Mahasiswa/i Akuntansi UMSU 2. Kantor Camat Medan Timur

3. Cv. Zahra Sental KUPI

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Helpina Novriani)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3, Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: /JDL/SKR/AKT/FEB/UMSU/07/01/2023

Nama Mahasiswa : Helpina Novriani
NPM : 1905170288
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Tanggal Pengajuan Judul : 07/01/2023
Nama Dosen pembimbing* : Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si (21 Februari 2023)

Judul Disetujui**

Determinan Minat Penggunaan Mobile
Banking (Studi Kasus pada Mahasiswa
Perbankan Syariah UMSU)

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Akuntansi

(Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si)

Medan, 12 Mei 2023

Dosen Pembimbing

(Dr. H. Ihsan Rambe, SE, M.Si)

Keterangan:

*) Ditisi oleh Pimpinan Program Studi

**) Ditisi oleh Dosen Pembimbing

setelah disahkan oleh Prodi dan Dosen Pembimbing, scan foto dan uploadlah lembar ke-2 ini pada form online "Upload pengesahan Judul Skripsi"



PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Medan, 08 April 2023

Kepada Yth.
Bapak Dekan
Fakultas Ekonomi
Univ. Muhammadiyah Sumatera Utara

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap : HELPINIA HOVRIANI
 NPM : 1909170288
 Tempat/Tgl Lahir : PASAR SIMPANG TIGA
 22 NOVEMBER 2001
 Program Studi : Akuntansi
 Alamat Mahasisw : JL BUKIT BARISAN I
 Tempat Penelitian: UNIVERSITAS MUHAMMADIYA
 H SUMATERA UTARA
 Alamat Penelitian : JL KAPT MUKHTAR BASRI
 HO 3 MEDAN

Memohon kepada Bapak untuk pembuatan izin penelitian sebagai syarat untuk memperoleh data dan identifikasi masalah dari perusahaan tersebut guna pengajuan judul penelitian.

Berikut saya lampirkan syarat-syarat lain :

1. Kwitansi SPP tahap berjalan

Demikian permohonan ini saya buat dengan sebenarnya, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih

Diketahui :
Ketua jurusan / Sekretaris

(Riva Ubar Harahap. SE. M. Si Ak)

Wassalam
Pemohon

(Helpina Hovriani)



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

524 Perintis: Surat in agni tridustur
manor, dan la gungah

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 1143/II.3-AU/UMSU-05/F/2023
Lampiran : -
Perihal : **Izin Riset Pendahuluan**

Medan, 23 Syawal 1444 H
12 Mei 2023 M

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Pimpinan
Wakil Rektor I UMSU
Jln. Kapten Muchtar Basri No.3 Medan
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa kami akan menyelesaikan studi, untuk itu kami memohon kesediaan Bapak / Ibu sudi kiranya untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di Perusahaan / Instansi yang Bapak / Ibu pimpin, guna untuk penyusunan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1)

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Helpina Novriani
Npm : 1905170288
Program Studi : Akuntansi
Semester : VIII (Delapan)
Judul Skripsi : Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)

Demikianlah surat kami ini, atas perhatian dan kerjasama yang Bapak / Ibu berikan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :

1. Pertinggal

Dekan

Dr. H. Januri, SE., MM., M.Si
NIDN : 0109086502



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Mila maulana - nusa an - yuli an - maulana
Nusa an - yuli an - maulana

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [fumsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 1146/TGS/IL3-AU/UMSU-05/F/2023

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Akuntansi
Pada Tanggal : 21 Februari 2023

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : Helpina Novriani
N P M : 1905170288
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Akuntansi
Judul Proposal / Skripsi : Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)

Dosen Pembimbing : **Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M. Si**

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah pelaksanaan Seminar Proposal ditandai dengan Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 12 Mei 2024**
4. Revisi Judul

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 23 Syawal 1444 H
12 Mei 2023 M


Dekan
Dr. H. Januri, SE., MM., M.Si
NIDN : 0109086502



Tembusan :
1. Pertinggal



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Ela menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XIU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://umsu.ac.id> rektor@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : 1772/II.3-AU/UMSU/F/2023
 Lamp. : -
 Hal : Izin Riset

06 Dzulqaidah 1444 H
 26 Mei 2023 M

Kepada Yth :
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
 di-
Medan.

Assalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Dengan hormat, teriring salam dan do'a semoga Saudara dan jajaran selalu berada dalam naungan Allah SWT. Dan dimudahkan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Amin.

Dengan hormat, menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Nomor: 1143/II.3-AU/UMSU-05/F/2023 tanggal 12 Mei 2023 perihal Izin Riset, maka bersama ini kami memberikan izin Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) sebagai berikut:

Nama : **Helpina Novriani**
 NPM : 1905170288
 Jurusan : Akuntansi
 Semester : VIII (Delapan)
 Judul : **Determinan minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)**

Demikian hal ini kami disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



a.n. Rektor
 Wakil Rektor I

Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum
 NIP: 195701131987031002

Tembusan:

1. Bapak Rektor UMSU sebagai laporan;
2. Yang bersangkutan;
3. Pertinggal.





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : HELPINA NOVRIANI

NPM : 1905170288

Program Studi : Akuntansi

Konsentrasi : Akuntansi Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bawah skripsi saya yang berjudul “Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah” adalah bersifat asli (*original*), bukan hasil menyadur secara mutlak hasil karya orang lain.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yang Menyatakan

HELPINA NOVRIANI



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mochtar Basri No.3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **HELPINA NOVRIANI**
N P M : **1905170288**
Dosen Pembimbing : **Dr. H. HISAN RAMBE, SE., M.Si**
Program Studi : **AKUNTANSI**
Konsentrasi : **AKUNTANSI MANAJEMEN**
Judul Penelitian : **DETERMINAN MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)**

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Uraikan latar belakang dengan minat penggunaan m-banking, fenomena terkait minat pengguna m-banking, gap research, rumusan masalah, tujuan, batasan	18/3-23 4/4-23 8/4-23	
Bab 2	Teori, kajian teori minat, faktor yang mempengaruhi uraian indikator, hubungan antar variabel, kerangka konseptual, hipotesis, penelitian terdahulu	8/4-23 15/4-23 20/5-23 22/5-23	
Bab 3	Jenis penelitian Indikator Definisi operasional variabel. Sampel penelitian	8/4-23 15/4-23 20/5-23	
Daftar Pustaka	Mandelay lopatkin judy	20/5-23 22/5-23 29/5-23	
Instrumen Pengumpulan Data Penelitian	Sampel Spiegelas dgn purposive brat kuiterier	22/5-23 29/5-23	
Persetujuan Seminar Proposal	Ace.	15/6-23	

Dosen Pembimbing

(Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si)

Medan, 2023
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Akuntansi

(Dr. Zulia Hanum, SE., M.Si)



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muehtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR PROGRAM STUDI AKUNTANSI

Pada hari ini *Selasa, 11 Juli 2023* telah diselenggarakan seminar Program Studi Akuntansi menerangkan bahwa :

Nama : *Helpina Novriani*
NPM. : 1905170288
Tempat / Tgl.Lahir : Pasar Simpang Tiga, 22 November 2001
Alamat Rumah : Jln. Bukit Barisan I No. 31
Judul Proposal : Determinan Minat penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul
Bab I	<i>Tanah. fenomena & faktor terkait minat</i>
Bab II
Bab III	<i>definisi pada def operasional tabel. uji. buktos ARI - uji. instrumen + keutuhan</i>
Lainnya	<i>stipin dan</i>
Kesimpulan	<input checked="" type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, 11 Juli 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Dr. H. Hsan Rambe, SE., M.Si

Pemanding

Irfan, SE., MM., Ph.D



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Program Studi Akuntansi yang diselenggarakan pada hari *Selasa, 11 Juli 2023* menerangkan bahwa:

Nama : Helpina Novriani
NPM : 1905170288
Tempat / Tgl.Lahir : Pasar Simpang Tiga, 22 November 2001
Alamat Rumah : Jln. Bukit Barisan I No. 31
Judul Proposal : Determinan Minat penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UMSU)

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Sekripsi dengan pembimbing : *Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si*

Medan, 11 Juli 2023

TIM SEMINAR

Ketua

Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, SE., M.Si

Sekretaris

Riva Ubar Harahap, SE., Ak., M.Si., CA., CPA

Pembimbing

Dr. H. Ihsan Rambe, SE., M.Si

Pemanding

Irfan, SE., MM., Ph.D

Diketahui / Disetujui
a.n.Dekan
Wakil Dekan I

Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan, SE., M.Si
NIDN : 0105087601



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<http://feb.umsu.ac.id> feb@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Nomor : 2019/II.3-AU/UMSU-05/F/2023
 Lamp. : -
 Hal : Menyelesaikan Riset

Medan, 20 Muharam 1445 H
 07 Agustus 2023 M

Kepada Yth.
 Bapak/ Ibu Pimpinan
Wakil Rektor I UMSU

Jln. Kapten Muchtar Basri No. 3, Glugur Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan.

Di-
 Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan hormat, sehubungan mahasiswa/i kami akan menyelesaikan studinya, mohon kesediaan bapak/ibu untuk memberikan kesempatan pada mahasiswa kami melakukan riset di perusahaan/instansi yang bapak/ibu pimpin, guna untuk *melanjutkan Penyusunan / Penulisan Skripsi pada Bab IV – V*, dan setelah itu mahasiswa yang bersangkutan mendapatkan surat keterangan telah selesai riset dari perusahaan yang bapak/ibu pimpin, yang merupakan salah satu persyaratan dalam penyelesaian program studi **Strata Satu (S1)** di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tersebut adalah:

Nama : Helpina Novriani
 N P M : 1905170288
 Semester : VIII (Delapan)
 Program Studi : Akuntansi
 Judul Skripsi : Determinan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah)

Demikianlah harapan kami, atas bantuan dan kerjasama yang Bapak/Ibu berikan, Kami ucapkan terima kasih

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Tembusan :

1. Peninggal

Dekan

Dr. H. Januri, SE., MM., M.Si
 NIDN : 0109086502



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

Akreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak KP/PT/XI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

🌐 <https://umsu.ac.id> ✉ rektor@umsu.ac.id 📠 umsumedan 📧 umsumedan 📧 umsumedan 📧 umsumedan

SURAT KETERANGAN

Nomor : 2872/KET/II.3-AU/UMSU/F/2023

Bismillahirrahmanirrahim

Pimpinan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU), dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Helpina Novriani**
 NPM : 1905170288
 Semester : VIII (Delapan)
 Jurusan : Akuntansi
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis UMSU

Benar yang bersangkutan telah melaksanakan Riset di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) dengan **Judul Pengaruh Deteminan Minat Penggunaan Mobile Banking (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah).**

Demikian surat keterangan ini dikeluarkan dengan sebenarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 24 Muharram 1445 H

10 Agustus 2023 M



a n.Rektor
 Wakil Rektor I

Prof. Dr. Muhammad Arifin, S.H., M.Hum
 NIP. 195701131987031002

C.c. File

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Helpina Novriani
Tempat/ Tanggal Lahir : Pasar Simpang Tiga / 22 November 2001
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Pasar Simpang Tiga, Kec. Bukit, Kab. Bener Meriah
No. Telp : 0082283975184
E-mail : hlpnovriahasty@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SD N 1Simpang Tiga
Sekolah Menengah Pertama : MTs N 1 Simpang Tiga
Sekolah Menengah Atas : SMA S Plus Al-Azhar Medan
Universitas : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara