

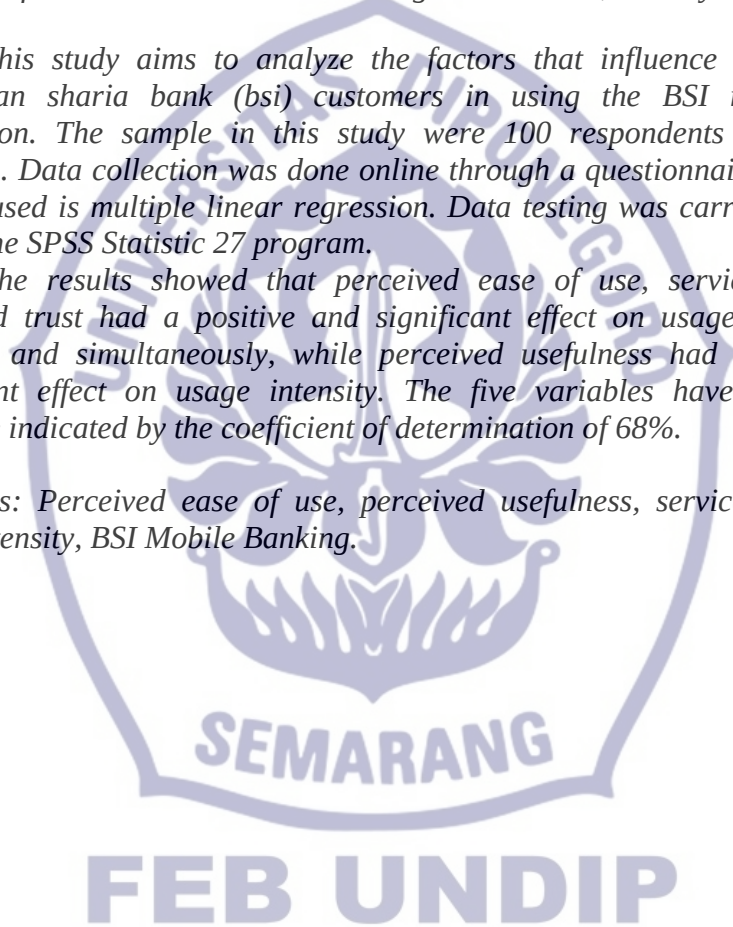
## **ABSTRACT**

*Indonesia is one of the countries with the largest Muslim population in the world, the number of Indonesian Muslims reached 238 million in December 2022. This has made Islamic banking develop rapidly in Indonesia, one of which is Bank Syariah Indonesia. The rapid development of technology has made changes in life, one of which is activities in making transactions, namely by using mobile banking.*

*This study aims to analyze the factors that influence the intensity of Indonesian sharia bank (bsi) customers in using the BSI mobile banking application. The sample in this study were 100 respondents with purposive sampling. Data collection was done online through a questionnaire. The analysis method used is multiple linear regression. Data testing was carried out with the help of the SPSS Statistic 27 program.*

*The results showed that perceived ease of use, service quality, and perceived trust had a positive and significant effect on usage intensity, both partially and simultaneously, while perceived usefulness had a negative and significant effect on usage intensity. The five variables have a very strong influence indicated by the coefficient of determination of 68%.*

*Keywords: Perceived ease of use, perceived usefulness, service quality, trust, usage intensity, BSI Mobile Banking.*



## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baiknya pelindung.”*

QS. Ali Imran ayat 173

*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”*

QS. Al Insyirah ayat 5-6

*“Bukan kesulitan yang membuat kita takut, tapi ketakutan yang membuat kita sulit.”*

Ali bin Abi Thalib r.a

*“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu; Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui.”*

QS. Al Baqarah ayat 216

**Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga, Ibu, Bapak, Kakak, dan Adik.**

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Intensitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Dalam Menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak doa, dukungan, bantuan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Faisal, S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
2. Bapak Prof. Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kemahasiswaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro
3. Bapak Akhmad Syakir Kurnia S.E., M.Si., Ph.D. Selaku Kepala departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
4. Bapak Ariza Fuadi, S.H.I., M.A., Ph.D. Selaku Ketua prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.

5. Bapak Marwini, S.H.I., M.A., M.S.I. Selaku sekretaris prodi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
6. Bapak Prof.Dr.Drs. Purbayu Budi Santosa, M.S. Selaku dosen wali yang senantiasa memberika nasihat dan dukungan kepada penulis.
7. Ibu Shoimatul Fitria S.E., M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan banyak arahan, ilmu, serta nasihat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis menempuh pendidikan di program studi Ekonomi Islam.
9. Seluruh Staff Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro yang banyak membantu penulis selama perkuliahan.
10. Kedua orang tua penulis Bapak Sumarlan dan Ibu Umi Handayani yang telah mendoakan, merawat, serta mendidik penulis dengan sepenuh hati.
11. Kakak dan Adik tercinta penulis Susi Ambar Wati dan Viola Arsyifa Salsabilla yang senantiasa mendoakan dan memotivasi selama proses penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat Penulis, Ayu Ambarwati, Alfiana Setiyaningrum, Rishnanda Avrilia Putri, Amalia Dewi Nurrizky, Rizky Dwi Saputri, Melania Anjani yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu memberikan motivasi, ilmu dan arahan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan hafalan, ujian komprehensif dan skripsi.

13. Sahabat penulis semasa SMA, Widya, Maretha, Kristi, Aldisti dan Ayu yang selalu memberikan dukungan serta doa kepada penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi.
14. Bapak/Ibu/Saudara/i responden yang mengisi kuesioner penelitian. Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i.
15. Keluarga besar Ekonomi Islam angkatan 2018 tempat penulis bertumbuh dan berkembang selama perkuliahan.
16. Teman-teman seperbimbingan yang telah berbagi ilmu dan berjuang bersama untuk menyelesaikan skripsi.
17. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak sempurna dan didalamnya terdapat banyak kekurangan, Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Akhir kata, penulis ucapkan terima kasih atas dukungan yang telah diberikan dari berbagai pihak kepada penulis.

**FEB UNDIP**

Semarang, 18 September 2024

Penulis,



Febriani Dwi Astuti

## DAFTAR ISI

|                                                                                                           |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                                                                | <b>i</b>    |
| <b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>                                                                           | <b>ii</b>   |
| <b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....</b>                                                                    | <b>iii</b>  |
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>                                                               | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAC.....</b>                                                                                       | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                                      | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                                | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                                    | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                                 | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                                 | <b>xv</b>   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                                                               | <b>xvi</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                             | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                                                                   | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                                                                                 | 11          |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                                                                                | 13          |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                                                                               | 13          |
| 1.5 Sistematika Penelitian .....                                                                          | 14          |
| <b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>                                                                        | <b>17</b>   |
| 2.1 Landasan Teori .....                                                                                  | 17          |
| 2.1.1 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan) .....                                   | 17          |
| 2.1.2 <i>Theory of Technology Acceptance Model</i> (TAM).....                                             | 18          |
| 2.1.3 Persepsi kemudahan penggunaan.....                                                                  | 21          |
| 2.1.4 Persepsi Kebermanfaatan .....                                                                       | 22          |
| 2.1.5 Kualitas layanan .....                                                                              | 24          |
| 2.1.6 Kepercayaan .....                                                                                   | 25          |
| 2.2 Intensitas Menggunakan ( <i>Intensity of Use</i> ) .....                                              | 27          |
| 2.3 Penelitian Terdahulu .....                                                                            | 29          |
| 2.4 Hubungan Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis.....                                                  | 34          |
| 2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Intensitas penggunaan Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> ..... | 34          |



|                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.4.2 Pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> ..... | 36        |
| 2.4.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> . ....       | 37        |
| 2.4.4 Pengaruh kepercayaan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> . ....            | 38        |
| 2.5 Kerangka Pemikiran.....                                                                                    | 39        |
| 2.6 Hipotesis.....                                                                                             | 40        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                                                                         | <b>41</b> |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....                                                 | 41        |
| 3.1.1 Variabel Penelitian .....                                                                                | 41        |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel.....                                                                       | 42        |
| 3.1.3 Sampel .....                                                                                             | 46        |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data .....                                                                                | 47        |
| 3.2.1 Jenis Data.....                                                                                          | 47        |
| 3.2.2 Sumber Data.....                                                                                         | 48        |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data .....                                                                              | 48        |
| 3.3.1 Kuesioner.....                                                                                           | 48        |
| 3.3.2 Studi Literatur.....                                                                                     | 49        |
| 3.4 Metode Analisis Data .....                                                                                 | 49        |
| 3.4.1 Analisis Deskriptif.....                                                                                 | 50        |
| 3.4.2 Uji Kualitas Data.....                                                                                   | 52        |
| 3.4.3 Deteksi Asumsi Klasik.....                                                                               | 53        |
| 3.4.4 Uji Hipotesis.....                                                                                       | 55        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                                                       | <b>59</b> |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....                                                                           | 59        |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                                      | 59        |
| 4.2 Gambaran Umum Responden.....                                                                               | 62        |
| 4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Menggunakan BSI <i>Mobile Banking</i> Selama 3 Bulan Terakhir. ....  | 63        |
| 4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                                   | 64        |
| 4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia .....                                                           | 64        |
| 4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                                                       | 65        |

|                                                                |            |
|----------------------------------------------------------------|------------|
| 4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir. | 66         |
| 4.2.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan .....     | 66         |
| 4.3 Metode Analisis Data .....                                 | 67         |
| 4.3.1 Analisis Indeks Jawaban .....                            | 67         |
| 4.3.2 Uji Instrumen Data.....                                  | 72         |
| 4.3.3 Deteksi Asumsi Klasik.....                               | 74         |
| 4.3.4 Uji Hipotesis .....                                      | 78         |
| 4.4 Pembahasan.....                                            | 84         |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                     | <b>91</b>  |
| 5.1 Kesimpulan.....                                            | 91         |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian .....                              | 93         |
| 5.3 Saran .....                                                | 94         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                     | <b>96</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                           | <b>100</b> |



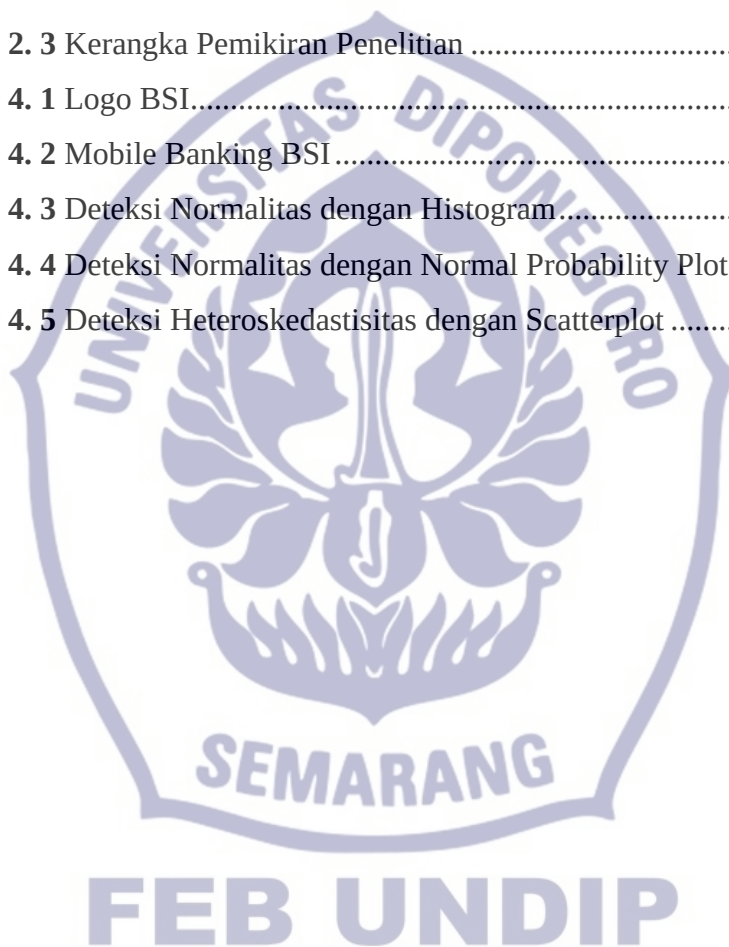


## DAFTAR TABEL

|                                                                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 2. 1</b> Penelitian Terdahulu.....                                                                     | 29 |
| <b>Tabel 3. 1</b> Definisi Operasional dan Indikator .....                                                      | 42 |
| <b>Tabel 3. 2</b> Skala Likert Kuesioner .....                                                                  | 49 |
| <b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden Menggunakan Aplikasi BSI Mobile Banking<br>dalam 3 bulan terakhir..... | 63 |
| <b>Tabel 4. 2</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                                        | 64 |
| <b>Tabel 4. 3</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                                                | 65 |
| <b>Tabel 4. 4</b> Karakteristik Responden Pekerjaan.....                                                        | 65 |
| <b>Tabel 4. 5</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....                                  | 66 |
| <b>Tabel 4. 6</b> Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....                                           | 67 |
| <b>Tabel 4. 7</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan .....                                | 68 |
| <b>Tabel 4. 8</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kebermanfaatan .                               | 69 |
| <b>Tabel 4. 9</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan.....                                   | 70 |
| <b>Tabel 4. 10</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan .....                                      | 71 |
| <b>Tabel 4. 11</b> Tanggapan Responden terhadap Variabel Intensitas Penggunaan ....                             | 71 |
| <b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Validitas .....                                                                    | 72 |
| <b>Tabel 4. 13</b> Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                 | 74 |
| <b>Tabel 4. 14</b> Deteksi Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov .....                                           | 76 |
| <b>Tabel 4. 15</b> Hasil Deteksi Multikolinearitas.....                                                         | 77 |
| <b>Tabel 4. 16</b> Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....                                                 | 79 |
| <b>Tabel 4. 17</b> Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t).....                                         | 81 |
| <b>Tabel 4. 18</b> Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F) .....                                       | 83 |
| <b>Tabel 4. 19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                              | 84 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                          |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1. 1</b> Data Aplikasi Mobile Banking Paling Banyak Digunakan Tahun 2022 ..... | 4  |
| <b>Gambar 2. 1</b> Model TRA.....                                                        | 17 |
| <b>Gambar 2. 2</b> Model TAM .....                                                       | 19 |
| <b>Gambar 2. 3</b> Kerangka Pemikiran Penelitian .....                                   | 39 |
| <b>Gambar 4. 1</b> Logo BSI.....                                                         | 60 |
| <b>Gambar 4. 2</b> Mobile Banking BSI.....                                               | 60 |
| <b>Gambar 4. 3</b> Deteksi Normalitas dengan Histogram.....                              | 75 |
| <b>Gambar 4. 4</b> Deteksi Normalitas dengan Normal Probability Plot .....               | 75 |
| <b>Gambar 4. 5</b> Deteksi Heteroskedastisitas dengan Scatterplot .....                  | 78 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                 |     |
|-----------------|-----|
| LAMPIRAN A..... | 101 |
| LAMPIRAN B..... | 107 |
| LAMPIRAN C..... | 114 |
| LAMPIRAN D..... | 129 |



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi saat ini telah sampai pada tingkat yang sangat mengagumkan. Jarak dan waktu sekarang ini, bukan lagi menjadi masalah karena adanya bantuan dari teknologi yang ada. Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada satu bidang saja, namun telah terjadi di semua segi kehidupan manusia. Salah satunya pada industri perbankan syariah yang saat ini telah berkembang pesat.

Berkembangnya industri perbankan syariah diiringi dengan era globalisasi yang membawa kemajuan dan perkembangan dalam teknologi informasi, perkembangan ini telah mempengaruhi berbagai bidang industri termasuk sektor perbankan. Perbankan di Indonesia telah melakukan digitalisasi pada berbagai sektor layanan perbankan untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi, berbagai layanan digital telah dikembangkan oleh perbankan untuk memudahkan nasabahnya dalam melakukan berbagai transaksi.

*Mobile banking* merupakan salah satu wujud dari perkembangan teknologi dalam industri perbankan yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi, meningkatkan pelayanan, dan memenuhi kebutuhan pasar. (Nurdin et al., 2021). Perangkat Digital merupakan salah satu contoh dari perkembangan teknologi yang pada saat ini juga dimanfaatkan oleh Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia telah meluncurkan aplikasi

untuk mendukung era perkembangan teknologi melalui layanan transaksi secara digital yaitu dengan diluncurkannya aplikasi *BSI Mobile Banking*.

Aplikasi *BSI Mobile Banking* membantu para nasabah dalam melakukan berbagai macam transaksi keuangan kapan dan dimanapun mereka berada dengan mudah. Aplikasi *BSI Mobile Banking* milik Bank Syariah Indonesia ini telah mendapatkan penghargaan sebagai *Mobile Banking* terbaik untuk kategori bank umum syariah yang diberikan oleh Penghargaan Infobank Digital *Brand Awards* 2022 penghargaan ini merupakan bentuk apresiasi terhadap perkembangan industri perbankan syariah berbasis digital di Indonesia. (bankbsi.co.id).

Aplikasi *BSI Mobile Banking* sudah menjadi kebutuhan nasabah Bank Syariah Indonesia sebab segala transaksi akan lebih mudah dan efektif melalui aplikasi tersebut. Nasabah maupun pihak perbankan sama-sama memperoleh keuntungan dengan adanya Aplikasi *BSI Mobile Banking*. Dengan fitur- fitur yang dimiliki oleh *mobile banking* memberikan keunggulan bagi nasabah baik perorangan maupun perusahaan, nasabah tidak hanya dapat melakukan transaksi seperti transfer dana, pembukaan rekening, *letter of credit*, dan lain-lain, tetapi juga memungkinkan nasabah dalam mengelola keuangan pribadi dengan fitur-fitur yang telah disediakan oleh *BSI Mobile Banking* seperti pembayaran tagihan kebutuhan rumah tangga, *top up e-wallet*, pembayaran tagihan pendidikan, kesehatan dan lain sebagainya.

Aplikasi *BSI Mobile Banking* dapat memberikan layanan transaksi keuangan serta informasi dan secara cepat dengan efektif dan efisien kepada para nasabah. Sedangkan pihak perbankan dengan adanya aplikasi *BSI Mobile Banking* dapat menawarkan nilai lebih kepada nasabah, meningkatkan tingkat efisiensi pekerjaan *teller* dan *customer service* juga mendukung kegiatan perbankan secara efektif dan efisien. (Hadi & Novi, 2015). *Mobile Banking* memberikan keunggulan dengan kompetitif bagi Bank Syariah Indonesia, memberikan efisiensi biaya, selain itu juga dapat menjangkau wilayah dengan geografis yang berjauhan, membangun citra merk dan memberikan pelayanan yang terbaik. (Al-Sharafi et al., 2017).

Bagi umat Islam transaksi pada sektor perbankan harus memilih layanan yang tidak mengandung unsur riba, Transaksi dalam perbankan syariah tidak diperbolehkan mengandung unsur riba, sebagaimana firman Allah menjelaskan tentang larangan riba dalam Al-Qur'an surat Al-Imran ayat 130 sebagai berikut:

تُفْلِحُونَ لَعَلَّكُمْ اللَّهَ وَاتَّقُوا ۖ مُضَاعَفَةً أُضْعَافًا رِّبَا تَأْكُلُوا لَا آمَنُوا الَّذِينَ أَيُّهَا يَا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan (QS: Al-Imran: 130)*

Berdasarkan ayat di atas telah dijelaskan bahwa ketika kita melakukan transaksi apapun, Allah telah melarang kita untuk mengambil riba, tidak terkecuali transaksi pada bidang perbankan, termasuk di dalamnya yaitu transaksi melalui *mobile banking*.



Digitalisasi pada sektor perbankan telah berkembang dengan pesat, dalam survei Populix pada tahun 2022 menunjukkan bahwa *mobile banking* dan *e-wallet* menjadi aplikasi sektor finansial yang paling digunakan oleh masyarakat. Dari survei tersebut sebesar 64 persen responden menggunakan aplikasi perbankan pada *smartphone* mereka. Survei yang dilakukan Populix terhadap 1000 responden yang berusia antara 18-55 tahun di Indonesia, dari 1000 responden tersebut sebanyak 578 responden merupakan pengguna *mobile banking*.

**Gambar 1. 1**  
**Data aplikasi mobile banking paling banyak digunakan tahun 2022**



Sumber: Populix

Hasil survei yang dilakukan oleh Populix, menunjukkan bahwa Bank BCA dengan aplikasi *BCA Mobile* menempati peringkat pertama aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan oleh responden dengan persentase mencapai 60% pada tahun 2022. Aplikasi *BRIimo* milik Bank Rakyat Indonesia (BRI) menempati posisi kedua dengan total pengguna sebesar 26% responden, selanjutnya ada aplikasi *Livin' by Mandiri* yang menempati posisi ketiga dengan selisih sedikit yaitu sebesar 25%.

Adapun diposisi keempat ada aplikasi BNI *Mobile Banking* yang memperoleh 23%, sementara itu aplikasi BSI *Mobile Banking* dari Bank Syariah Indonesia menempati posisi kelima dengan total pengguna sebesar 9% responden pada tahun 2022. Diposisi keenam diisi oleh Octo *Mobile* dari bank CIMB Niaga dan Permata *Mobile* di posisi ketujuh dengan persentase masing-masing 5%. BTN *Mobile Banking* meraih 4% dan DIGI dari Bank BJB serta D-*Mobile* dari bank Danamon dengan perolehan yang sama masing-masing 2%.

BSI *Mobile Banking* merupakan layanan digital terbaru Bank Syariah Indonesia dalam bentuk aplikasi yang berbasis web dan mobile yang mulai diluncurkan pada 1 Februari 2021 dengan dikeluarkannya Surat OJK Nomor SR-3/PB.1/2021 yang mengizinkan adanya penggabungan PT. Bank Syariah Mandiri dan PT. BNI Syariah kedalam PT. BRI Syariah menjadi PT. Bank Syariah Indonesia dengan kapitalisasi pasar uang terbesar pada Perbankan Syariah di Indonesia yaitu sebesar Rp. 155 Triliun. Saat ini BSI telah memaksimalkan pelayanannya dengan lebih dari 1.100 kantor cabang dan 200.741 ATM di seluruh Indonesia (Annual Report BSI, 2022).

Transaksi pada aplikasi BSI *Mobile Banking* mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun lalu dimana sepanjang tahun 2022, pengguna BSI *Mobile Banking* mengalami peningkatan sebesar 39% menjadi sebesar 4,81 juta pengguna.(Annual Report BSI, 2022)

Bank Syariah Indonesia sebagai Perbankan Syariah terbesar di Indonesia yang bergerak dibidang jasa keuangan perlu untuk memperhatikan keluhan-keluhan yang disampaikan oleh nasabahnya dan menangani keluhan tersebut

secara efektif dan efisien. Karena penanganan keluhan oleh nasabah akan mempengaruhi kepercayaan nasabah terhadap intensitas dan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan tersebut, hal ini disebutkan dalam penelitian (Kurniyawati & Ratno, 2020)

Keluhan disampaikan oleh nasabah bank BSI adalah sulitnya aktivasi pada *BSI Mobile Banking* hal ini disampaikan melalui ulasan pada *playstore*, beberapa nasabah juga mengeluhkan bahwa penanganan keluhan nasabah terhadap permasalahan yang mereka alami belum ditangani dengan maksimal secara responsif dan efisien karena saat nasabah menghubungi *customer service* seringkali nasabah diharuskan untuk tetap datang ke Bank BSI cabang.

Meskipun Aplikasi *BSI Mobile Banking* telah digunakan oleh sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI), namun intensitas penggunaan aplikasi tersebut masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat pada survei yang dilakukan oleh Populix yang menempatkan posisi aplikasi *BSI Mobile Banking* pada urutan ke 5 aplikasi *Mobile Banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan total pengguna sebesar 9% dari total responden sebanyak 1000 responden pada tahun 2022. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi intensitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile Banking*. Hal ini dapat digunakan oleh Lembaga terkait untuk terus meningkatkan pelayanan terutama pada aplikasi *BSI Mobile Banking*, sehingga nasabah dapat terus menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking* tanpa adanya kendala.

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk

menggunakan sebuah sistem (Davis, 1989 dalam Lai, 2017). Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh bahwa layanan yang diberikan oleh *BSI Mobile Banking* akan mudah untuk digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara dan fitur-fitur yang digunakan untuk bertransaksi pada aplikasi *BSI Mobile Banking* (Hadi & Novi, 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Dewantara, (2018) menemukan bahwa semakin seseorang percaya bahwa *mobile banking* mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*, penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah & Rahmatika (2021) yang menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh namun tidak secara signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dapat diartikan bahwa kemudahan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* dapat menarik minat masyarakat dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking*, ini berarti semakin mudah penggunaan suatu aplikasi maka intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut juga semakin tinggi. Begitu juga sebaliknya jika suatu aplikasi sulit untuk digunakan maka masyarakat akan cenderung enggan menggunakan aplikasi tersebut dan lebih memilih untuk datang langsung ke outlet karena dirasa lebih efektif.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking* adalah persepsi kebermanfaatan atau kegunaan. Persepsi kebermanfaatan atau kegunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan kemampuannya dalam meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Persepsi kemanfaatan sangat erat sekali relevansinya dengan perilaku pada penerimaan teknologi komputer.

Kemudahan merupakan probabilitas subjektif para calon pengguna yang menggunakan sistem aplikasi akan dapat meningkatkan kinerja pada pekerjaannya dalam konteks organisasi. Persepsi kegunaan ini bertujuan untuk mengukur besarnya tingkat kegunaan teknologi komputer pada pengguna dan memiliki dampak dapat meningkatkan kinerja pada penggunanya (Davis, 1989).

Seseorang menggunakan *mobile banking* jika mereka percaya bahwa *mobile banking* dapat membantu mempermudah pekerjaannya. Para nasabah pengguna layanan *mobile banking* berharap mendapatkan keuntungan saat mereka melakukan pekerjaan sehari-hari mereka dengan menggunakan *mobile banking*. Pengukuran kemanfaatan ini dilakukan berdasarkan frekuensi aplikasi yang digunakan. Oleh karena itu, sikap nasabah dalam menggunakan *mobile banking* akan dipengaruhi oleh tingkat kemanfaatan *mobile banking* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Dewantara (2018) mengindikasikan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap penggunaan aplikasi *Mobile Banking* dalam penelitian ini menyatakan bahwa semakin dirasakan kegunaan atau manfaat dari penggunaan aplikasi *mobile banking* maka semakin meningkat keinginan seseorang untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking*, hal ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melasari et al (2018) yang menyatakan bahwa kebermanfaatan atau kegunaan juga berpengaruh positif terhadap penggunaan layanan aplikasi *Mobile Banking*.



Kualitas layanan merupakan faktor lain yang dapat mempengaruhi intensitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile Banking*. Kualitas layanan menurut pendapat Tjiptono (2011) adalah tingkat kualitas yang diharapkan dan penanganan atas tingkat kualitas tersebut untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah suatu perusahaan atau Lembaga. Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Dewi et al., 2017)

Kualitas layanan yang baik akan mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas nasabah sehingga nasabah akan merekomendasikan suatu lembaga karena adanya suatu kualitas layanan yang baik dimiliki oleh lembaga tersebut. Apabila kualitas layanan yang didapatkan oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang nasabah inginkan maka kualitas layanan tersebut bisa dianggap baik dan memuaskan, namun jika kualitas layanan yang diterima oleh nasabah belum sesuai dengan keinginannya maka kualitas layanan tersebut belum bisa dikatakan baik dan belum bisa memuaskan para nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Ferdinandu dan Stevanus (2021) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap intensitas pembelian tiket PT. Mulia Trevel di kota Ambon, hal ini berarti bahwa apa yang diharapkan oleh konsumen dalam kegiatan pembelian tiket terpenuhi sehingga terjadi intensitas pembelian tiket pada PT. Mulia Trevel di kota Ambon. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Mandala Multi Finance Cabang Palu.



Selain faktor persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, dan kualitas layanan faktor lain yang mempengaruhi intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *Mobile Banking* adalah kepercayaan (*trust*).

Dorongan untuk melakukan berbagai macam transaksi yang berlangsung antara penjual dan pembeli adalah adanya kepercayaan agar konsumen mendapatkan kepuasan sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang maka, semakin tinggi tingkat niat pembelian oleh konsumen (Yunita et al., 2019). Kepercayaan diperlukan ketika menempatkan pesanan online dan ketika pelanggan mengirimkan informasi keuangan dan data pribadi lainnya dalam melakukan transaksi keuangan. (Mahkota 2014 dalam Astria dan Wadiniwaty, 2021)

Variabel kepercayaan dalam penelitian, Nurdin, et al (2021) dan Melasari et al. (2018) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan aplikasi *mobile banking*. Hal ini berkaitan dengan semakin maraknya kasus kejahatan didunia maya (*cybercrime*) membuat faktor kepercayaan menjadi penting untuk mengetahui apakah suatu aplikasi yang akan atau sedang kita gunakan terjamin keamanannya. Dilansir dari laporan perusahaan keamanan siber Kaspersky, bahwa *cybercrime* (kejahatan di dunia maya) di Indonesia merupakan yang tertinggi di Asia Tenggara dengan total serangan sebanyak 11,8 juta selama Januari hingga akhir Maret 2022 (Kompas.com, 2023).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya serta berberbagai penelitian terdahulu yang telah membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan.

Dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking* tentunya terdapat banyak faktor yang mempengaruhi intensitas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Faktor-faktor yang ditentukan oleh penulis antara lain adalah persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan, dan kepercayaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bank Syariah Indonesia menjadi salah satu Perbankan Syariah terbesar saat ini sejak digabungkannya 3 perbankan syariah pada 1 Februari 2021 dengan dikeluarkannya Surat OJK Nomor SR-3/PB.1/2021. PT. Bank Syariah Indonesia dengan kapitalisasi pasar uang terbesar pada Perbankan Syariah di Indonesia yaitu sebesar Rp. 155 Triliun . BSI telah memaksimalkan pelayanannya dengan lebih dari 1.100 kantor cabang dan 200.741 ATM di seluruh Indonesia (Annual Report BSI, 2022) tidak hanya pelayanan yang bersifat langsung melalui kantor cabang, BSI juga meluncurkan aplikasi berbasis digital untuk memudahkan para nasabahnya dalam melakukan transaksi melalui aplikasi *BSI Mobile Banking*.

Menurut survei yang dilakukan oleh Populix aplikasi *BSI Mobile Banking* milik Bank Syariah Indonesia berhasil menempati posisi kelima sebagai aplikasi *mobile banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022 dengan total pengguna sebesar 9% dari 1000 responden pada tahun 2022. Selain itu transaksi pada aplikasi *BSI Mobile Banking* mengalami peningkatan sepanjang tahun 2022, pengguna *BSI Mobile Banking* mengalami peningkatan sebesar 39% atau 4,81 juta pengguna. Jumlah transaksi digital juga

mengalami peningkatan sebesar 28,72% atau Rp. 39,84 triliun, menjadi sebesar 52,5 triliun. (BSI, 2023)

Merujuk pada data mengenai tingginya penggunaan *mobile banking* yang ada di Indonesia dapat dilihat bahwa meskipun Aplikasi BSI *Mobile Banking* telah digunakan oleh sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia, namun intensitas penggunaan aplikasi tersebut masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat pada survei yang dilakukan oleh Populix yang menempatkan posisi aplikasi BSI *Mobile Banking* pada urutan ke 5 aplikasi *Mobile Banking* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat dengan total pengguna sebesar 9% dari total 1000 responden pada tahun 2022 jumlah ini masih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah pengguna dan transaksi digital aplikasi BSI *Mobile banking* yang terus mengalami peningkatan sejak tahun 2022 sebesar 39%.

Berdasarkan latar belakang diatas, terdapat hal menarik untuk dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*. Apakah faktor persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan kualitas layanan dan kepercayaan akan berpengaruh terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*.

Dari permasalahan tersebut, maka dapat dijabarkan sejumlah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*?

2. Apakah persepsi kebermanfaatan berpengaruh terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris dan menganalisa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan *BSI Mobile Banking* yang secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

1. Menganalisa pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*.
2. Menganalisa pengaruh persepsi kebermanfaatan intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*.
3. Menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*.
4. Menganalisa pengaruh kepercayaan terhadap intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan melalui penulisan penelitian ini, berbagai pihak dapat mendapatkan manfaat yang diharapkan dan dapat pula langsung mengimplementasikannya. Berbagai pihak yang dimaksud antara lain adalah:

1. Bagi Akademisi dan Penelitian Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa tambahan ilmu dan wawasan bagi pembaca serta peneliti selanjutnya sebagai referensi dasar untuk melakukan penelitian selanjutnya serta dapat bermanfaat untuk tambahan literatur yang membahas seputar penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking*

2. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk instansi dimana saran-saran manajerial untuk mengembangkan kualitas pelayanan aplikasi *BSI Mobile Banking* yang dapat memajukan industri perbankan syariah.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pihak lain agar dapat menambah khasanah keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan topik yang sama di tempat yang berbeda.

#### 1.5 Sistematika Penelitian

Penulisan skripsi ini disajikan ke dalam lima bab, dimana tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya antara lain adalah sebagai berikut:

#### **BAB I: PENDAHULUAN**



Bab 1 ini menjelaskan mengenai pendahuluan yang menjadi dasar permasalahan awal dan untuk menguraikan tentang latar belakang penelitian dengan mengembangkan masalah atau fenomena yang terjadi, kemudian rumusan masalah diletakan dalam pertanyaan-pertanyaan yang akan mengarah dalam penelitian ini, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang akan memberikan penjelasan penyajian hasil penelitian dari awal hingga bagian akhir dari penelitian ini.

## **BAB II: TELAAH PUSTAKA**

Bab II ini akan menjelaskan mengenai landasan-landasan teori yang berkaitan dengan variabel dari penelitian ini. Dijelaskan juga mengenai perbandingan antara beberapa penelitian- penelitian yang telah dilakukan, dijelaskan pula mengenai hipotesis-hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan teori maupun penelitian yang pernah ada sebelumnya.

## **BAB III: METEDOLOGI PENELITIAN**

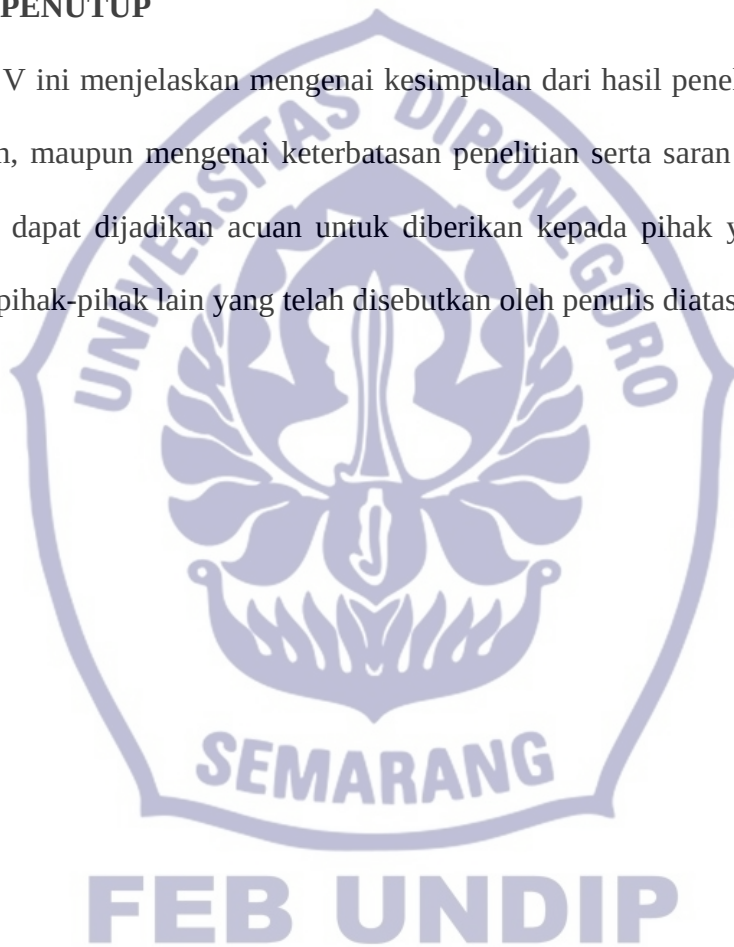
Bab III ini akan menjelaskan definisi operasional dari variabel-variabel yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai bahan penelitian, definisi tersebut menjelaskan mengenai populasi, sampel, jenis dan sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, serta metode analisis dan juga metode pengumpulan data. Uraian tersebut nantinya akan digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

## **BAB IV: PEMBAHASAN**

Bab IV ini akan menguraikan mengenai penjelasan analisa data, objek, serta pembahasan interpretasi dari data yang telah selesai di analisis. Pemaparan jawaban dari pertanyaan penelitian dan dapat diterima maupun ditolaknya hipotesis yang didukung dengan beberapa teori yang sudah ada.

#### **BAB V: PENUTUP**

Bab V ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maupun mengenai keterbatasan penelitian serta saran penelitian yang mungkin dapat dijadikan acuan untuk diberikan kepada pihak yang berwenang maupun pihak-pihak lain yang telah disebutkan oleh penulis diatas.



## BAB II

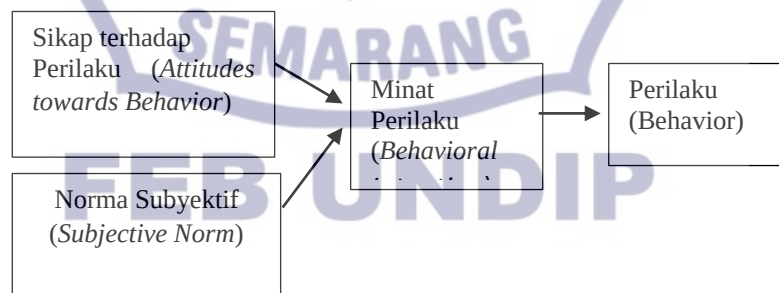
### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 *Theory of Reasoned Action* (Teori Tindakan Beralasan)

*Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan beralasan pertama kali diperkenalkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku (*behavior*) dilakukan secara individual mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (*behavior intention*) atau dengan kata lain minat perilaku akan menentukan perilakunya. Teori ini menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). TRA menjelaskan bahwa perilaku dilakukan karena individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya (*behavioral intention*) akan menentukan perilakunya (Jogiyanto, 2007).

**Gambar 2. 1**  
**Model TRA**



Gambar 1.1 menunjukkan bahwa sikap (*attitude*) seseorang digabung dengan norma subyektif (*subjective norm*) akan mempengaruhi minat (*behavioral intention*) dan perilaku (*behavior*). Teori ini menjelaskan tahapan-tahapan seseorang melakukan perilaku. Pada tahapan awal perilaku diasumsikan ditentukan oleh minat. Pada tahapan berikutnya minat-minta dapat dijelaskan

dalam bentuk sikap-sikap terhadap perilaku dan norma-norma subyektif. Tahapan ketiga mempertimbangkan sikap-sikap dan norma-norma subyektif dalam bentuk kepercayaan tentang konsekuensi melakukan perilaku dan tentang ekspektasi yang relevan. Secara keseluruhan, berarti perilaku seseorang dapat dijelaskan dengan mempertimbangkan kepercayaannya. Karena kepercayaan seseorang mendasari informasi yang mereka dapat tentang dirinya sendiri dan situasi disekitarnya (Jogiyanto, 2007).

### 2.1.2 *Theory of Technology Acceptance Model (TAM)*

Salah satu teori tentang penggunaan sistem teknologi dan informasi yang berpengaruh dan sering digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan individual dalam menerima dan menggunakan sistem teknologi adalah Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*.

Model TAM merupakan teori yang diperkenalkan oleh Davis yang diadopsi dan dikembangkan dari model *The Theory of Reasoned Action (TRA)* dengan satu landasan bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. TAM sendiri merupakan teori yang dikembangkan untuk menjelaskan perilaku penggunaan teknologi Davis 1989 dalam Nugroho et al (2016) menjelaskan TAM memiliki 5 komposisi utama yaitu:

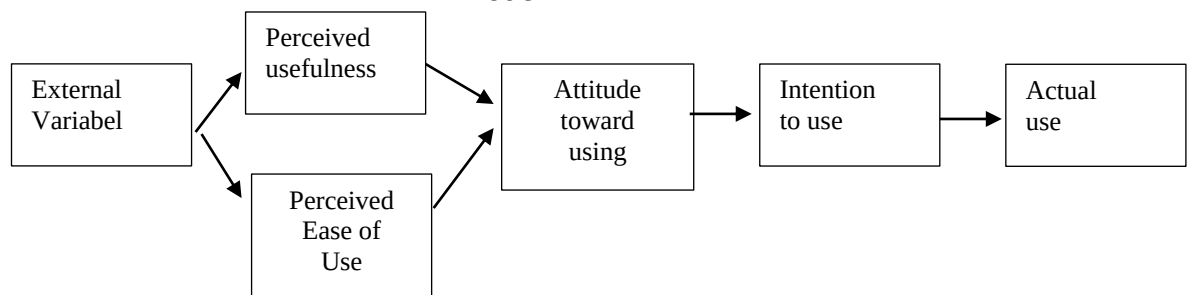
- a. *Perceived Usefulness* (persepsi kebermanfaatan): “*The degree to which a users believes that his/her work performance can be improved by using a certain system*”, (sejauh mana pengguna suatu sistem yakin bahwa kinerja

atau suatu pekerjaan dapat ditingkatkan dengan menggunakan suatu sistem tertentu).

- b. *Perceived Ease Of Use* (persepsi kemudahan penggunaan): “*The degree to which a users believes that physical or mental effort is not required when using a certain system*”, (Suatu tingkatan dimana pengguna sebuah sistem memiliki kepercayaan bahwa upaya fisik atau mental tidak terlalu berat untuk dilakukan jika menggunakan suatu sistem tertentu).
- c. *Attitude Toward Using* (sikap terhadap penggunaan): “*is a person’s enduring evaluation of his or her feelings about and behavioral tendencies toward an object or idea*”, ( Suatu cara pandang seseorang dalam menilai suatu objek atau gagasan tertentu).
- d. *Intention to Use* (intensi menggunakan): “*It used to measure the degree of users intention to carry ou certain behavior*”, (intensitas merupakan ukuran dari kekuatan intensi seseorang untuk melakukan suatu tindakan tertentu).
- e. *Actual Use* (penggunaan aktual): “*Drafted in the measurement of the frequency and duration of use of the system that lead to user satisfaction*”, (Suatu konsep dalam mengukur suatu frekuensi dan durasi waktu penggunaan sistem terhadap kepuasan pengguna sistem tersebut).

**Gambar 2. 2**

**Model TAM**





*Sumber:* Teori TAM oleh Davis 1989

Teori TAM menyatakan bahwa seseorang menggunakan suatu teknologi yang pada umumnya ditentukan oleh proses psikologis dan bertujuan untuk memaksimalkan kegunaan suatu teknologi tersebut. Dengan kata lain, kunci utama penerimaan teknologi informasi oleh penggunanya adalah evaluasi kegunaan teknologi tersebut. Selanjutnya Davis merumuskan dua variabel utama dalam TAM, yaitu persepsi kebermanfaatan dan persepsi kemudahan penggunaan sehingga dapat menjelaskan perilaku para pengguna untuk menggunakan suatu sistem termasuk penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

Teori TAM dirasa tepat untuk mendiskripsikan persepsi kemudahan penggunaan dari individu serta persepsi kebermanfaatan suatu sistem karena pada dasarnya teori ini digunakan untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas individu dalam menggunakan suatu sistem tertentu. Fokus dari Teori TAM adalah persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan. Persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan adalah unsur penting yang ada dalam intensitas individu dalam menggunakan suatu sistem. Teori ini menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan dapat mendasari intensi atau minat individu dalam menggunakan suatu sistem.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Teori TAM dirasa mampu untuk menjelaskan persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan terhadap intensitas individu dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking*. Berikut ini merupakan penjelasan mengenai variabel tersebut:

### 2.1.3 Persepsi kemudahan penggunaan

Davis (1989) menyatakan bahwa Persepsi kemudahan penggunaan mengarah pada "sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya yang berlebihan. Hal Ini juga telah didefinisikan sebagai persepsi subyektif pengguna tentang sedikitnya usaha dalam penggunaan suatu sistem. Ini berarti bahwa jika suatu sistem dianggap lebih mudah digunakan dibandingkan menggunakan sistem lain, maka kemungkinan besar akan lebih mudah diterima oleh pengguna.

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seorang individu meyakini bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan dari penggunaannya (Davis, 1989). Konsep ini mengacu pada kejelasan tujuan penggunaan suatu sistem teknologi dan kemudaahan dalam menggunakannya sesuai dengan keinginan dari individu yang menggunakan sistem tersebut.

Menurut Davis (1989) membagi indikator persepsi kemudahan penggunaan antara lain sebagai berikut :

#### 1. *Easyness*

Kemudahan sebuah sistem untuk digunakan. Dalam lingkup Aplikasi BSI *Mobile Banking* kemudahan ini mengacu pada semudah apa Aplikasi tersebut dapat dijalankan oleh individu atau nasabahnya.

#### 2. *Clear and understandable*

Tingkat sejauh mana sebuah sistem memiliki kejelasan. Dalam ruang lingkup Aplikasi BSI *Mobile Banking*, *clear and understandable* mengacu pada sebuah Aplikasi yang memiliki *content* dan tampilan yang mudah dipahami.

### 3. *Easy to learn*

Tingkat sejauh mana sebuah sistem mudah untuk dipelajari dan diadopsi oleh seorang individu. Dalam ruang lingkup Aplikasi BSI *Mobile Banking*, dimensi ini mengacu pada sejauh mana sebuah Aplikasi tersebut dapat dipelajari untuk nantinya digunakan sebagai media yang diakses dalam kehidupan sehari-hari.

### 4. *Overall easiness*

Tingkatan kemudahan secara keseluruhan yang dimiliki oleh sebuah sistem. Dalam lingkup Aplikasi BSI *Mobile Banking*, dimensi ini mengacu pada kemudahan secara keseluruhan yang dirasakan dalam menggunakan suatu Aplikasi tersebut.

#### 2.1.4 Persepsi Kebermanfaatan

Davis (1989) mendefinisikan persepsi manfaat atau *perceived usefulness* sebagai kepercayaan akan manfaat, yaitu seseorang terhadap suatu sistem teknologi yang dapat mempermudah untuk meningkatkan performa dalam pekerjaannya. Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa persepsi manfaat merupakan suatu tingkat kepercayaan seorang individu tentang proses pengambilan keputusan.

Davis (1989) mendefinisikan manfaat sebagai tingkat seseorang yang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, artinya bahwa adanya manfaat dari fasilitas Aplikasi BSI *Mobile Banking* akan mampu meningkatkan produktivitas kinerja bagi seseorang yang menggunakan fasilitas dari suatu sistem tersebut.

Persepsi merupakan salah satu peranan penting individu dalam menggunakan suatu sistem atau jasa. Persepsi merupakan gambaran awal atas

harapan konsumen atas pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya. Persepsi konsumen atas sistem yang memiliki teknologi terbaru pun merupakan titik awal minat menggunakan yang individu miliki, salah satu persepsi yang paling mempengaruhi adalah persepsi atas manfaat atau kegunaan apabila nasabah menggunakan aplikasi terkait. Persepsi manfaat ini merupakan tingkatan kepercayaan seseorang terhadap subyek atau aplikasi tertentu yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan atau kegiatan transaksi yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya dan prestasi kerja seseorang yang bersangkutan.

Persepsi kemanfaatan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Individu yang merasa semakin mudah menggunakan internet atau aplikasi, akan merasa semakin mudah mendapatkan manfaat dari teknologi tersebut. Nasabah bank BSI akan melakukan transaksi melalui Aplikasi *BSI Mobile Banking* karena adanya manfaat dari transaksi tersebut.

Menurut Davis (1989) indikator persepsi kebermafaatan antara lain sebagai berikut:

1. *Effectiveness*

Persepsi yang menunjukkan adanya penghematan waktu dari penggunaan sebuah sistem. Dalam lingkup *BSI Mobile Banking*, dimensi ini mengacu pada hematnya waktu yang dirasakan oleh nasabah untuk melakukan transaksi melalui aplikasi tersebut.

2. *Accomplish faster*

Dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan adanya sebuah sistem. Dalam hal Aplikasi BSI *Mobile Banking*, dimensi ini mengacu pada kecepatan dari proses transaksi yang dilakukan antara nasabah dengan bank BSI.

### 3. *Useful*

Dimensi yang menjelaskan sejauh mana sebuah sistem dapat berguna bagi kegiatan nasabah dalam bertransaksi melalui aplikasi BSI *Mobile Banking*, terutama mengenai permasalahan menyangkut sebuah hal yang berkaitan dengan perbankan syariah. Dalam hal Aplikasi BSI *Mobile Banking* seberapa berguna aplikasi tersebut bagi nasabah untuk menjalankan kegiatannya dalam bertransaksi.

### 4. *Advantageous*

Keuntungan yang didapat dari penggunaan sebuah sistem bagi seorang individu atau nasabah. Dalam lingkup Aplikasi BSI *Mobile Banking*, keuntungan-keuntungan yang dapat dirasakan oleh nasabah akan menjadi tingkat sejauh mana sebuah aplikasi tersebut dapat terus digunakan atau tidak.

#### **2.1.5 Kualitas layanan**

Kualitas layanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas dapat memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan dengan perusahaan, dalam jangka panjang hubungan yang berjalan dapat memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan mereka. Kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen.



Menurut Tjiptono 2014 dalam Ratu (2020) kualitas pelayanan merupakan keunggulan yang disediakan oleh penyedia layanan yang secara ketat dikontrol mutu layanannya kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi keinginan konsumen.

Berdasarkan pengertian diatas yang membahas tentang kualitas pelayanan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller 2016 dalam Ratu (2020) terdapat lima indikator kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut:

1. Berwujud (*tangibles*), berkaitan dengan fasilitas layanan, perlengkapan, dan penampilan aplikasi yang digunakan oleh perbankan.
2. Empati (*empathy*), berarti memahami masalah para nasabah dan bertindak demi kepentingan nasabah, serta memberikan perhatian kepada para nasabah.
3. Keandalan (*reliability*), layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan layanannya secara efektif.
4. Ketanggapan (*responsiveness*), kesediaan dan kemampuan membantu dan merespons permintaan nasabah, memberikan layanan secara cepat dan tepat.
5. Jaminan (*assurance*), yakni kemampuan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perbankan dan menciptakan rasa aman bagi para nasabah.

#### **2.1.6 Kepercayaan**

Yunita (2019) kepercayaan ialah kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan

bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik, sesuai dengan yang diharapkan jika dipandang dari sisi psikologi. Semakin tinggi derajat kepercayaan konsumen, semakin tinggi tingkat pembelian niat konsumen. Percaya perlu ada ketika menempatkan pesanan online dan ketika pelanggan mengirimkan informasi keuangan dan data pribadi lainnya dalam melakukan transaksi keuangan. (Astria dan Wadiniwaty, 2021).

Menurut Mayer et al (1995) ada tiga dimensi kepercayaan terhadap aplikasi, yaitu:

1. Kemampuan (*Ability*)

Ability merupakan kemampuan yang mengacu pada kompetensi dalam mempengaruhi atau menarik minat nasabah. Hal ini menyangkut kemampuan Bank BSI untuk menyediakan kualitas layanan, kepada nasabah.

2. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan layanan dalam memberikan kepuasan yang diberikan Bank BSI terhadap nasabah dalam bentuk memberi layanan yang meyakinkan dan pasti terhadap nasabah, bertanggung jawab jika terdapat kendala yang dialami oleh nasabah.

3. Integritas (*Integrity*)

Integritas berkaitan dengan ketepatan pelayanan pada aplikasi BSI *mobile banking* dan kesesuaian kualitas yang diberikan, dan apakah kualitas layanan pada aplikasi tersebut dapat dipercaya atau tidak.

Dalam penelitian ini *trust* (kepercayaan) didasari pada kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* pada bank BSI. Bahwa

bank BSI merupakan sebuah Lembaga yang dalam kegiatannya untuk memberikan kemudahan kepada nasabah atau orang lain yang membutuhkan. Maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengukur sejauh mana kepercayaan nasabah dalam menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking* dapat mempengaruhi Intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi tersebut.

## 2.2 Intensitas Menggunakan (*Intensity of Use*)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Intensitas merupakan tujuan, maksud atau keinginan. Intensitas merupakan besarnya usaha seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Tingkat kedalaman usaha seseorang dalam menggunakan sesuatu dapat dilihat dari durasi, frekuensi, perhatian dan penghayatan (Ajzen, 2005). Intensitas dianggap mampu untuk menggambarkan faktor yang mempengaruhi individu untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan tersebut. Hal ini dapat menjelaskan seberapa keinginan individu untuk melakukan perilaku atau tindakan tertentu (Ajzen, 2005) terdapat pengertian lain mengenai intensitas, bahwa intensitas dapat menggambarkan seberapa besar keinginan dan upaya individu dalam mencoba dan melakukan suatu kegiatan, sehingga semakin tinggi intensi individu, maka akan semakin tinggi keinginan untuk mencoba dan melakukan kegiatan tersebut.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa intensitas adalah niat, keinginan, atau tindakan seorang individu untuk melakukan suatu perilaku atau tindakan, intensi akan membuat individu melakukan suatu tindakan hingga akan dilakukan usaha untuk dapat mengubah intensitas menjadi sebuah perilaku. Dalam penelitian ini,

intensitas merupakan minat, niat atau tindakan individu dalam menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

Menurut Andarwati dan Sankarto (2005) indikator intensitas adalah sebagai berikut:

1. Durasi

Durasi penggunaan aplikasi BSI *mobile banking* mengacu pada lamanya seseorang menggunakan aplikasi tersebut. Durasi juga dipengaruhi oleh motif seseorang dalam mengakses aplikasi, dan biaya penggunaan internet. Durasi penggunaan dinyatakan dalam satuan kurun waktu tertentu (misalnya permenit atau perjam).

2. Frekuensi

Frekuensi mengacu pada pengertian seberapa nasabah menggunakan aplikasi BSI *mobile banking*. Frekuensi dinyatakan dalam kurun waktu tertentu (misalnya per hari, per minggu atau perbulan). Tidak begitu berbeda dengan durasi, frekuensi juga dipengaruhi oleh motif menggunakan aplikasi, dan biaya penggunaannya.

3. Jumlah transaksi

Indikator ini mengacu pada jumlah transaksi yang dilakukan oleh pengguna melalui layanan *mobile banking* seperti transfer uang, pembayaran tagihan dan pembelian produk atau layanan.

4. Tingkat kepuasan pengguna

Indikator ini mengacu pada bagaimana pengguna merasa puas terhadap layanan *mobile banking* yang mereka gunakan, termasuk kualitas,

keamanan, kemudahan penggunaan dan ketersediaan fitur-fitur yang memadai.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terdahulu maka perbedaan penelitian ini dari beberapa penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

| No | Judul Penelitian                                                                                                                                                       | Peneliti & Tahun                            | Variabel                                                                                                                                         | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> (Studi Pada Mahasiswa Pengguna <i>Mobile Banking</i> Universitas Brawijaya | Abi Fadlan dan Rizki Yudhi Dewantara (2018) | <b>Independen:</b> Persepsi kemudahan dan persepsi kegunaan<br><b>Dependen:</b> Penggunaan <i>mobile banking</i>                                 | Penelitian ini menemukan bahwa <i>mobile banking</i> dapat dengan mudah dipahami dan digunakan serta dipercaya dapat mendapatkan manfaat bagi penggunanya maka akan berpengaruh positif terhadap perilaku seseorang menggunakan <i>mobile banking</i> . |
| 2. | Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan <i>Mobile Banking</i> Bca, Bni, Bri                                         | Krissandi Tunggal Pradini Susanti (2021)    | <b>Independen:</b> Literasi keuangan, literasi digital, kemudahan penggunaan.<br><b>Dependen:</b> Penggunaan <i>Mobile Banking</i> BCA, BNI, BRI | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan secara parsial tidak berpengaruh positif signifikan pada penggunaan                                                                                                                            |



- mobile banking*. Literasi Digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada penggunaan *mobile banking*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi tingkat keamanan dan fitur layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.
3. Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pada Mahasiswa di DKI Jakarta Maria Loki Kristianti dan Rilo Pambudi (2017) **Independen:** Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan Dan Fitur Layanan **Dependen:** Penggunaan *Mobile Banking* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, persepsi tingkat keamanan dan fitur layanan *mobile banking* berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.
  4. Faktor-faktor yang mempengaruhi untuk menggunakan *mobile banking* dari internet *banking* terhadap penggunaan konsumen perbankan di Indonesia. Jonathan Patrik, Lady (2022) **Independen:** *perceived ease of use, perceived usefulness, attitude dan service quality* **Dependen:** *actual behavior of using mobile banking.* Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan antara *perceived ease of use, perceived usefulness, attitude dan service quality* terhadap *actual behavior of using mobile banking*.
  5. Exploring The Use Of Mobile Banking: A Technology Acceptance Model Approach Aviana Nur Aieni Anissa Hakim Purwantini (2017) **Independen:** persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan, kepercayaan, keamanan, Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan,

- Dependen:**  
Penggunaan  
*mobile banking*
- kepercayaan,  
keamanan, dan  
resiko  
berpengaruh  
positif terhadap  
penggunaan  
*mobile banking*
6. Pengaruh Nurdin  
Manfaat, Rukma  
Kepercayaan Ningrum,  
Dan Kemudahan Sofyan  
Penggunaan Bachmid,  
Terhadap Minat dan Abdul  
Nasabah Jalil (2021)  
Menggunakan  
*Mobile Banking*  
di Bank Mega  
Syariah Cabang  
Palu.
- Independen:**  
Manfaat,  
Kepercayaan  
Dan Kemudahan  
**Dependen:**  
Minat Nasabah  
Menggunakan  
*Mobile Banking*
- Hasil penelitian  
ini  
menunjukkan  
bahwa Variabel  
Manfaat,  
Kepercayaan  
dan Kemudahan  
Penggunaan  
secara Bersama-  
sama  
berpengaruh  
positif  
signifikan  
terhadap minat  
nasabah  
menggunakan  
*mobile banking*,  
akan tetapi  
variabel  
manfaat,  
kepercayaan  
dan kemudahan  
penggunaan  
secara  
parsial tidak  
satupun  
mempengaruhi  
minat nasabah  
menggunakan  
*mobile banking*.
7. Pengaruh Endah  
Kualitas Kurniyawati,  
Layanan dan Fernaldi  
Penanganan Anggadha  
Keluhan Ratno  
terhadap (2020)  
Loyalitas  
Nasabah dengan  
Kepuasan
- Independen:**  
Kualitas  
pelayanan,  
penanganan  
keluhan  
**Dependen:**  
Loyalitas  
nasabah  
**Intervening:**
- Hasil penelitian  
ini  
menunjukkan  
bahwa kualitas  
pelayanan dan  
penanganan  
keluhan  
berpengaruh  
positif dan

sebagai Variabel  
Intervening  
(Studi Kasus  
BPRS Suriyah  
Cabang  
Salatiga)

kepuasan

signifikan  
terhadap  
kepuasan  
nasabah, serta  
berpengaruh  
terhadap  
loyalitas  
nasabah,  
kepuasan  
berpengaruh  
positif dan  
signifikan  
terhadap  
loyalitas  
nasabah,  
kepuasan  
memediasi  
kualitas layanan  
dan penanganan  
keluhan  
terhadap  
loyalitas  
nasabah.

8. The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust
- Mohammed A. Al-Sharafi, Ruzaini Abdullah, Arshah, Fadi A.T. Herzallah, Qasim Alajmi (2017)
- Independen:**  
*Perceived Ease of Use and Usefulness*
- Dependen:**  
*Customers Intention to Use Online Banking Services*
- Mediating:**  
*Role of Perceived Trust*
- Hasil penelitian menunjukkam bahwa kepercayaan meningkat jika pengguna menganggap perbankan online berguna sedangkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap niat menggunakan perbankan online. Kepercayaan memediasi kegunaan yang dirasakan pada

- niat untuk menggunakan layanan perbankan online.
9. Minat Individu Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) Cynthia Sari Latif (2017)
- Independen:** Persepsi kegunaan, kemudahan penggunaan, persepsi kredibilitas, kepercayaan, kualitas system dan pengaruh sosial.
- Dependen:** Minat menggunakan *mobile banking*.
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kredibilitas, kepercayaan, kualitas sistem dan pengaruh sosial berpengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*, sedangkan kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif terhadap minat dalam penggunaan *mobile banking*.
10. Determinasi Generasi Milenial Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi. Nu'man Afid dan Afdawaiza (2023)
- Independen:** Kemudahan, kegunaan, dan citra perusahaan
- Dependen:** Menggunakan *mobile banking*
- Moderasi:** Gaya Hidup
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa 3 variabel berpengaruh positif yaitu: kemudahan, kegunaan dan citra perusahaan terhadap generasi millennial dalam menggunakan *Mobile*

*Banking*. Hal ini terjadi dengan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05. Sedangkan ada 2 variabel yang tidak berpengaruh positif dengan penambahan gaya hidup sebagai variabel moderasi yaitu: kemudahan dan citra perusahaan terhadap generasi millenial dalam menggunakan *Mobile Banking* dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari 0,05.

---

Sumber: Berbagai Jurnal Diolah

## **2.4 Hubungan Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis**

### **2.4.1 Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking***

Davis (1989) merumuskan dua variabel utama dalam Teori TAM, salah satunya ialah persepsi kemudahan penggunaan yang dapat menjelaskan perilaku para pengguna untuk menggunakan suatu sistem termasuk penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

Terdapat beberapa penelitian yang meneliti mengenai pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahmudah dan Rahmatika (2021) serta Fadlan dan Dewantara (2018) ini



menyatakan bahwa persepsi kemudahan khususnya pada penggunaan *mobile banking* yang dapat dirasakan oleh objek penelitian secara positif dapat mempengaruhi penggunaan *mobile banking* untuk mendukung kegiatan perbankan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al (2016) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan dalam penelitian ini variabel persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap intensi penggunaan. Hal ini berarti bahwa jika aplikasi *BSI Mobile Banking* memiliki kemudahan untuk digunakan maka nasabah akan cenderung berminat untuk terus menggunakan aplikasi dibandingkan dengan datang langsung menuju bank cabang sehingga hal ini akan semakin meningkatkan intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Novi (2015) justru menghasilkan temuan bahwa persepsi kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi, Hal ini dapat terjadi karena seseorang tidak terlalu mempermasalahkan kemudahan penggunaan suatu sistem, pada saat ia menggunakan sistem tersebut. Para nasabah tidak mempermasalahkan kemudahan penggunaan suatu aplikasi, karena pada saat ini masyarakat sudah memiliki banyak pengetahuan.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Terdapat pengaruh positif persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking*.**

#### **2.4.2 Pengaruh persepsi kebermanfaatan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

Persepsi kebermanfaatan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Penelitian yang dilakukan oleh Fadlan dan Dewantara (2018) mengungkapkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan aplikasi, terdapatnya pengaruh positif persepsi kebermanfaatan menunjukkan bahwa adanya manfaat yang didapatkan oleh nasabah dapat memengaruhi nasabah untuk menggunakan aplikasi, hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Melasari et al (2018) yang menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi. Nasabah bank BSI akan melakukan transaksi melalui Aplikasi BSI *Mobile Banking* karena adanya manfaat dari transaksi tersebut.

Namun penelitian yang dilakukan oleh Kristianti & Pambudi (2017) justru menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan aplikasi. Penelitian yang dilakukan Habibi & Zaky (2015) oleh juga menunjukkan hal serupa yaitu tidak terdapat pengaruh antara persepsi manfaat terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini mengindikasikan suatu aplikasi belum mampu memberikan manfaat yang berarti bagi para penggunanya, suatu aplikasi sebaiknya menambahkan fitur-fitur yang lengkap dan bermanfaat untuk digunakan segala macam jenis transaksi dan sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2: Terdapat pengaruh positif persepsi kebermanfaatan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

#### **2.4.3 Pengaruh kualitas layanan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

Kualitas layanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh konsumen agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Terdapat beberapa penelitian yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan, penelitian yang dilakukan oleh Ferdinandu dan Stevanus (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, yang artinya apa yang diharapkan oleh konsumen tercapai sehingga terjadi intensitas pembelian oleh konsumen. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kurniyawati & Ratno (2020) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini berarti dengan semakin baik dan berkualitas suatu layanan maka kepuasan konsumen maupun nasabah akan meningkat sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan intensitas.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H3: Terdapat pengaruh positif persepsi kualitas layanan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

#### **2.4.4 Pengaruh kepercayaan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI**

##### ***Mobile Banking.***

Mayer et al., 1995 dalam Attaqi et al (2022) mengatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan suatu pihak untuk menerima tindakan dari pihak lain berdasarkan pengharapan bahwa pihak lain tersebut akan melakukan suatu tindakan tertentu yang penting bagi pihak yang memberikan kepercayaan. Salah satu pondasi dari suatu lembaga disektor apapun adalah kepercayaan, satu transaksi yang dilakukan oleh dua belah pihak masing masing harus didasari oleh rasa saling percaya satu sama lain. Kepercayaan harus dibangun sejak awal dan harus bisa dibuktikan. Kepercayaan menjadi salah satu pondasi untuk menentukan sukses atau tidaknya suatu Lembaga.(Heksawan Rahmadi dan Malik, 2016)

Terdapat beberapa penelitian yang meneliti mengenai pengaruh kepercayaan terhadap intensitas penggunaan, penelitian yang dilakukan oleh Nurdin et al (2021) dan Melasari et al (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kepercayaan dengan intensitas penggunaan, hal ini mengindikasikan bahwa semakin banyak nasabah yang mempercayai suatu keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh Aplikasi maka semakin besar pula

intesitas atau minat menggunakan aplikasi tersebut. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latif (2017) yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kepercayaan terhadap intensitas penggunaan aplikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Habibi dan Zaky (2015) menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian lain dimana penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap intensi penggunaan aplikasi. Hal ini berarti bahwa kepercayaan seseorang pada sebuah aplikais tidak berpengaruh terhadap minat mereka dalam menggunakan aplikasi tersebut.

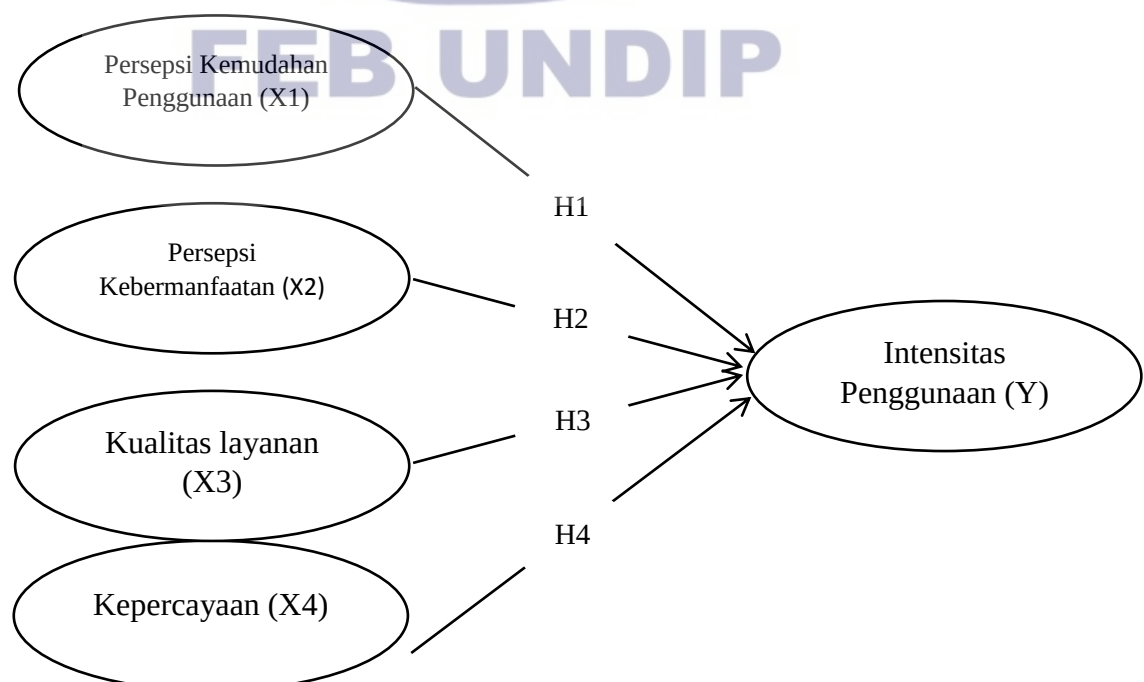
Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4: Terdapat pengaruh positif kepercayaan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

## 2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan suatu bagan yang menjelaskan mengenai alur penelitian secara logis. Berdasarkan landasan teori dan hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat disimpulkan suatu bagan kerangka pemikiran sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran Penelitian**





Sumber: diolah peneliti (2022)

## 2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat disimpulkan hipotesis sementara sebagai berikut:

H1: Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

H2: Persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

H3: Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

H4: Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

##### **3.1.1 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2019) sebagai atribut, sifat, nilai atau objek yang bervariasi tersentu dari suatu kegiatan yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya kemudian menghasilkan sebuah data. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis variabel penelitian, yaitu variabel independen atau variabel bebas (*independent variable*) dan variabel dependen atau variabel terikat (*dependent variable*).

##### **1. Variabel Independen**

Variabel Independen atau disebut juga sebagai variabel stimulus, *predictor* atau variabel bebas (*independent variable*) merupakan “variabel yang mempengaruhi, menyebabkan atau menimbulkan variabel dependen (terikat)” (Sugiyono, 2019) Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2016) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif. Artinya, ketika variabel independen ada, variabel dependen juga ada, dan setiap unit peningkatan variabel independen akan ada peningkatan atau penurunan variabel dependen, Dalam penelitian ini variabel independent yang digunakan adalah Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1), Persepsi Kebermanfaatan (X2), dan Kualitas Layanan (X3), Kepercayaan (X4).

## 2. Variabel Dependen

Variabel dependen menurut Sugiyono (2019) disebut sebagai variabel konsekuen, output, kriteria merupakan “variabel yang dipengaruhi atau variabel yang mendapatkan akibat karena adanya variabel bebas atau variabel independen”. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2016), variabel dependen atau variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang menjadi perhatian utama peneliti atau disebut juga variabel utama untuk diselidiki. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Intensitas Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* (Y).

### 3.1.2 Definsisi Operasional Variabel

Definisi operasinal merupakan penentuan karaktersitik yang akan diteliti sehingga menjadi variabel yang terukur (Sugiyono, 2019). Definisi operasional menjelaskan cara tertentu di mana sifat dan karakteristik diselidiki dan dioperasikan sehingga memungkinkan peneliti lain untuk meniru pengukuran dengan cara yang sama atau dengan cara yang lebih baik. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat didefinisikan antara lain sebagai berikut:

**Tabel 3. 1**  
**Definisi Operasional dan Indikator**

| <b>Variabel</b>         | <b>Definisi Operasional</b>                                                                                                                                      | <b>Indikator</b>                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Persepsi Kemudahan (X1) | Persepsi kemudahan penggunaan mengarah pada "sejauh mana individu percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari upaya yang berlebihan. (Davis, 1989) | 1) <i>Easy to learn</i><br>BSI <i>Mobile Banking</i> mudah dipelajari, mudah dimengerti dan tidak membingungkan.<br>2) <i>Controllable</i><br>BSI <i>Mobile Banking</i> dapat dikontrol dengan mudah saat digunakan oleh nasabah<br>3) <i>Clear and Understandable</i> |

|                                     |                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Persepsi Kebermanfaatan (X2)</p> | <p>Persepsi kebermanfaatan sebagai tingkat seseorang yang percaya bahwa dengan menggunakan suatu sistem dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja, (Davis, 1989)</p> | <p>BSI <i>Mobile Banking</i> jelas dan dapat dipahami oleh pengguna.</p> <p>4) <i>Flexible</i><br/>BSI <i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dengan mudah kapanpun dan dimanapun.</p> <p>5) <i>Easy to become skillfull</i><br/>BSI <i>mobile banking</i> mudah digunakan sehingga cepat trampil saat menggunakannya.</p> <p>6) <i>Easy to use</i><br/>BSI <i>mobile banking</i> dapat digunakan dengan mudah untuk berbagai transaksi. (Davis, 1989)</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p>Kualitas layanan (X3)</p>        | <p>Kualitas layanan merupakan keunggulan yang disediakan oleh</p>                                                                                                      | <p>1) <i>Work more quickly</i><br/>Sejauh mana pekerjaan dapat diselesaikan lebih cepat dengan adanya aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i>.</p> <p>2) <i>Job performance</i><br/>BSI <i>mobile banking</i> memberi hasil yang akurat saat digunakan untuk berbagai transaksi.</p> <p>3) <i>Increase productivity</i><br/>Bermanfaat untuk mendukung aktifitas keuangan penggunanya.</p> <p>4) <i>Efektivitas</i><br/>Adanya penghematan waktu dari penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i>.</p> <p>5) <i>Make job easier</i><br/>BSI <i>Mobile Banking</i> dapat mempermudah aktifitas keuangan nasabah.</p> <p>6) <i>Useful</i><br/>Berbagai manfaat dari penggunaan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> bagi nasabah. (Davis, 1989)</p> <p>1) Keandalan<br/>Layanan dengan performa yang stabil dan minim</p> |

penyedia layanan yang secara ketat dikontrol mutu layanannya kepada konsumen dan diharapkan mampu memenuhi keinginan konsumen. (Tjiptono 2011)

gangguan pada BSI *Mobile Banking*.

2) Ketanggapan  
BSI *Mobile banking* memberikan layanan kepada pelanggan yang responsive dan membantu.

3) Jaminan  
BSI *Mobile Banking* memberikan keamanan yang memadai dalam melindungi data informasi pribadi dan data finansial penggunanya.

4) Empati  
BSI *Mobile Banking* memahami kebutuhan dan keinginan penggunanya.

5) Wujud fisik  
BSI *Mobile Banking* memberikan tampilan yang memadai dalam menunjukkan kualitas layanannya.

Kotler dan Keller dalam Ratu, 2020)

1) Kemampuan (*Ability*)  
Menyediakan aplikasi BSI *Mobile Banking* yang berkualitas kepada nasabah.

2) Kebaikan hati  
(*Benevolence*)

Memberikan kepuasan terhadap nasabah dalam bentuk memberi layanan yang meyakinkan dan pasti terhadap nasabah, bertanggung jawab jika terdapat kendala yang dialami oleh nasabah.

3) Integritas (*Integrity*)  
Integritas berkaitan dengan ketepatan pelayanan pada BSI *mobile banking* dan kesesuaian kualitas yang diberikan

(Mayer et al., 1995)

1) Perhatian

Kepercayaan (X4) kepercayaan ialah kepercayaan pihak tertentu terhadap orang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya dengan baik, sesuai dengan yang diharapkan jika dipandang dari sisi psikologi. (Yunita 2019)

Intensitas Intensitas merupakan



|                                                   |                                                                                                                                                              |                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Penggunaan Aplikasi BSI <i>mobile banking</i> (Y) | besarnya seseorang melakukan tindakan. kedalaman seseorang menggunakan sesuatu dapat dilihat dari durasi, frekuensi, perhatian dan penghayatan (Ajzen, 2005) | usaha dalam suatu Tingkat usaha dalam sesuatu | Sering menghabiskan waktu untuk mengeksplorasi fitur-fitur yang ada pada aplikasi BSI <i>mobile banking</i> .<br>2) Penghayatan pengguna merasa puas terhadap layanan <i>mobile banking</i> yang mereka gunakan, termasuk kualitas, keamanan, kemudahan penggunaan dan ketersediaan fitur-fitur yang memadai.<br>3) Durasi Durasi penggunaan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> mengacu pada lamanya seseorang menggunakan aplikasi tersebut.<br>4) Frekuensi mengacu pada pengertian seberapa sering nasabah menggunakan aplikasi BSI <i>mobile banking</i> dalam satu periode waktu tertentu, seperti dalam sehari, seminggu, atau sebulan.<br>Caturtami dan Sumaryanti (2021) |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

---

Sumber: Berbagai Jurnal Diolah

### 3.2 Populasi dan Sampel

#### 3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan ciri-ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Sedangkan menurut Sekaran & Bougie (2016) populasi adalah keseluruhan kelompok orang peristiwa atau hal-hal menarik yang ingin diselidiki dari elemen yang memiliki bentuk suatu peristiwa, baik itu hal ataupun seseorang yang mempunyai karakteristik yang sama dan menjadi perhatian dalam penelitian.

Populasi dalam penelitian yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna Aplikasi BSI *Mobile Banking* di kota Semarang.

### 3.1.3 Sampel

Sampel merupakan bagian terkecil pada populasi, menurut Sugiyono (2019) sampel adalah bagian dari jumlah yang dalam menentukannya tergantung pada tingkat dan peluang kesalahan pada populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu. Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2016) sampel merupakan bagian dari populasi. Sampel terdiri dari beberapa anggota yang terpilih dari populasi. Dengan kata lain, beberapa anggota tetapi tidak semua elemen populasi membentuk sampel. Dalam penelitian ini yang dimaksud sampel adalah nasabah Bank BSI yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile banking* di kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang sumber datanya berdasarkan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2019) Dengan menggunakan *purposive sampling* peneliti akan merasa lebih mudah untuk menentukan sampel penelitiannya dengan mengidentifikasi kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Kriteria utama dalam penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan layanan BSI *Mobile banking* di kota Semarang terhitung sejak 3 bulan terakhir. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan dari hasil perhitungan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Total pengguna BSI *Mobile Banking*

$e$  = *Margin of error*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang dapat ditoleransi, ditentukan sebesar 10%

Dengan menggunakan rumus di atas dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini sebagai berikut:

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

$$n = \frac{4.810.000}{1 + 4.810.000(0,10)^2}$$

$$n = 99,998$$

Berdasarkan hasil penghitungan sampel di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini 99,998 dibulatkan menjadi 100 sampel. Maka peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 100 responden, angka ini sudah menunjukkan diatas besar minimum.

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

#### 3.3.1 Jenis Data

Dalam sebuah penelitian, instrumen yang paling penting adalah data, apabila jika tidak ada data yang menguatkan maka penelitian tidak akan selesai. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Sugiyono (2019) mendefinisikan data kuantitatif adalah data yang dapat dihitung atau diukur secara langsung, terdiri dari penjelasan atau keterangan berupa angka-angka. Data kuantitatif dalam penelitian ini berupa data hasil kuesioner dan analisis data pada Bab IV.

### 3.2.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah objek penelitian atau data yang dikumpulkan oleh peneliti yang berasal dari sumber pertama (Sugiyono, 2019). Dalam hal ini penyebaran angket, wawancara maupun observasi adalah cara untuk mendapatkan data primer. Pada penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari responden yaitu melalui penyebaran kuesioner yang meliputi pertanyaan penelitian mengenai persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan yang berkaitan dengan intensitas nasabah dalam menggunakan aplikasi.

## 3.3 Metode Pengumpulan Data

### 3.3.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang penelitian yang ditujukan kepada responden untuk memperoleh informasi (Sugiyono, 2019). Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuisisioner dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan yang berkaitan dengan objek yang diteliti kepada responden dengan harapan mendapatkan respon atas pertanyaan tersebut.

Kuisisioner digunakan untuk mendapatkan data primer dari nasabah yang dituju dalam penelitian ini yang berupa tanggapan mengenai pertanyaan yang berkaitan dengan kemudahan, kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan atas layanan *Mobile Banking* terhadap intensitas nasabah Bank Syariah Indonesia dalam menggunakan aplikasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini kuesioner *online* dengan menggunakan *Google Form*. Kuesioner ini didistribusikan kepada 100 responden sesuai kriteria yang telah ditentukan oleh

peneliti dengan mengisi kuesioner *Google Form* melalui tautan yang dibagikan. Instrumen dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel adalah skala *likert*. Sugiyono (2019) mengemukakan skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap seseorang atau sekelompok orang terhadap fenomena sosial. Skala ini memberikan tanggapan mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju dengan rentang nilai dari 1 hingga 5, sebagai berikut:

**Tabel 3. 2**  
**Skala Likert Kuesioner**

| Skor | Kategori            | Kode |
|------|---------------------|------|
| 1    | Sangat tidak setuju | STS  |
| 2    | Tidak setuju        | TS   |
| 3    | Kurang setuju       | KS   |
| 4    | Setuju              | S    |
| 5    | Sangat setuju       | SS   |

Sumber: Sugiyono (diolah), 2019

### 3.3.2 Studi Literatur

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini selain menggunakan kuesioner juga menggunakan studi literatur. Studi literatur yang digunakan adalah dengan menggunakan berbagai referensi untuk dipelajari dan digunakan sebagai pengumpulan data melalui berbagai sumber referensi seperti buku, jurnal, artikel, website, penelitian terdahulu dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.4 Metode Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data yang didapat dari responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data berupa



mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, selanjutnya data ditabulasikan berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. (Sugiyono, 2019) Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan *software SPSS statistics 27*.

#### **3.4.1 Analisis Deskriptif**

Statistik deskriptif merupakan penjabaran rinci suatu data mengenai demografi atau data responden (jenis kelamin, usia, pekerjaan, Pendidikan terakhir, pendapatan,) dan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian (kemudahan, kebermanfaatan, kualitas layanan, kepercayaan dan intensitas penggunaan) (Ghozali, 2013).

Sugiyono (2019) mengemukakan pendapat bahwa analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendiskripsikan data yang diperoleh, tanpa menarik kesimpulan secara umum atau membuat generalisasi. Analisis deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden terhadap setiap pertanyaan yang ada pada masing-masing variabel, dalam penelitian ini variabel yang digunakan yaitu: persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kualitas layanan, kepercayaan dan intensitas penggunaan. Analisis deskripsif dilakukan menggunakan teknik analisis indeks dan skoring. Teknik skoring dalam penelitian ini menggunakan minimal 1 dan maksimal 5. Berikut ini merupakan rumus yang digunakan untuk menghitung nilai indeks tanggapan kuesioner responden:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{\%F5 \times 5 + \%F4 \times 4 + \%F3 \times 3 + \%F2 \times 2 + \%F1 \times 1}{5}$$

F1 adalah frekuensi responden yang memilih 1 pada skor dalam daftar pertanyaan kuesioner

F2 adalah frekuensi responden yang memilih 2 pada skor dalam daftar pertanyaan kuesioner

F3 adalah frekuensi responden yang memilih 3 pada skor dalam daftar pertanyaan kuesioner

F4 adalah frekuensi responden yang memilih 4 pada skor dalam daftar pertanyaan kuesioner

F5 adalah frekuensi responden yang memilih 5 pada skor dalam daftar pertanyaan kuesioner

Nilai jawaban responden dimulai dari angka 1 sampai dengan 5 sehingga rentang angka indeks yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Batas rentang atas skor} : (\%F \times 5) / 5 = (100 \times 5) / 5 = 100$$

$$\text{Batas bawah rentang skor} : (\%F \times 1) / 5 = (100 \times 1) / 5 = 20$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa angka indeks jawaban dari masing-masing pertanyaan untuk setiap variabel dimulai dari 20 sampai 100 dengan rentang nilai sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*three box methods*), jawaban tersebut dibagi tiga yang menghasilkan rentang untuk masing-masing bagian sebesar 26,67 sebagai dasar interpretasi nilai indeks (Ferdinand, 2006). Penggunaan tiga kotak (*three box methods*) terbagi menjadi:

$$\text{Interval kelas} = \frac{\text{max} - \text{min}}{\text{kelas}} = \frac{\% \text{ jawaban max} - \% \text{ jawaban min}}{3}$$

20,00 – 46,67 = Kategori rendah

$46,67 - 73,34 =$  Kategori sedang

$73,34 - 100,0 =$  Kategori tinggi

Rincian dari tiga kategori dalam *three box methods* sebagai berikut:

1. Rendah atau tidak baik, keadaan ini menunjukkan bahwa suatu variabel yang masih rendah atau kecil dimiliki oleh variabel penelitian.
2. Sedang atau cukup, keadaan ini menunjukkan bahwa variabel yang sedang atau cukup dimiliki oleh variabel penelitian.
3. Tinggi atau baik, keadaan ini menunjukkan bahwa variabel yang tinggi atau baik dimiliki oleh variabel penelitian.

### **3.4.2 Uji Kualitas Data**

#### **3.4.2.1 Uji Validitas**

Uji validitas adalah uji yang dilakukan terhadap instrumen data yang didapatkan peneliti dari responden. Uji validitas data berfungsi untuk mengetahui apakah sebuah data memenuhi fungsi pengukurannya pada penelitian. Ghozali (2013) menyatakan bahwa uji validitas merupakan keakuratan suatu instrument dalam mengukur suatu konsep. Pengujian validitas pada variabel dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5 persen.

Berdasarkan jumlah sampel yang digunakan yaitu sebesar  $(n) = 100$  responden pada tingkat signifikansi 0,05 maka diperoleh nilai  $r$  tabel pada penelitian adalah sebagai berikut ini:

$$r(\alpha; n-2)$$

$$r(0,05; 100-2)$$

$$r \text{ tabel} = 0,195$$

Apabila nilai  $r$ -hitung lebih besar dari nilai  $r$ -tabel, maka pernyataan indikator valid dan dapat digunakan. Namun, apabila nilai  $r$ -hitung lebih kecil dari  $r$ -tabel maka pernyataan indikator invalid atau tidak dapat digunakan. Nilai  $r$ -hitung ditentukan menggunakan *software SPSS statistics 27*.

#### **3.4.2.2 Uji Reliabilitas**

Sugiyono (2019) mengemukakan “Reliabilitas instrumen merupakan suatu instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama” Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat keandalan dan konsistensi data penelitian. Ide pokok dari uji realibilitas adalah melihat sejauh mana data dapat dipercaya. Hasil pengukuran instrumen reliabilitas dengan tingkat yang tinggi akan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Ghazali (2013) menyatakan bahwa untuk mengetahui sebuah data reliabel atau tidak, peneliti dapat melihat skor *Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )* pada SPSS. Data dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )*  $> 0,60$ .

#### **3.4.3 Deteksi Asumsi Klasik**

Sebelum melakukan analisis data menggunakan metode regresi linear berganda, terlebih dahulu perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Deteksi asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan suatu model regresi, meliputi deteksi normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

##### **3.4.2.3 Deteksi Normalitas**

Deteksi normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel dependen, variabel independen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau

mendekati normal (Ghozali, 2013). Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan *One Sample Kolmogrov-Smirnov Test* dengan bantuan program *SPSS Statistic 27*. Dasar pengambilan keputusan uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi variabel residual  $> \alpha$  maka data tersebut terdistribusi dengan normal.
- b. Jika nilai signifikansi variabel residual  $< \alpha$  maka data tersebut tidak terdistribusi normal.

Pada penelitian ini pengujian normalitas secara visual adalah dengan melihat *normal probability plot* dalam program software *SPSS Statistics 27*. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas menurut Ghozali (2013) adalah sebagai berikut:

- a. Apabila data tersebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram artinya menunjukkan bahwa distribusi data normal, maka model regresi memenuhi uji asumsi normalitas.
- b. Apabila data tersebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram menunjukkan bahwa distribusi tidak normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

#### **3.4.2.4 Deteksi Multikolinearitas**

Deteksi multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antarvariabel bebas pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan korelasi antarvariabel independen (Ghozali, 2013). Teknik yang digunakan untuk melihat adanya multikolinearitas yaitu dengan nilai



*tolerance value* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang berpedoman bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas apabila mempunyai *tolerance value* mendekati 1. Selanjutnya, apabila nilai VIF di bawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Namun, jika nilai VIF di atas 10, maka terjadi gejala multikolinearitas (Gujarati, 2012).

#### **3.4.2.5 Deteksi Heteroskedastisitas**

Deteksi heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, dengan dasar analisis sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu seperti (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka model regresi tersebut mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### **3.4.4 Uji Hipotesis**

#### **3.4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk meneliti pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) pada penelitian. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui pengaruh yang ditimbulkan antara persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), kualitas layanan

(X3), kepercayaan (X4), terhadap intensitas penggunaan (Y). Model persamaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + \beta_4.X_4 + e$$

Keterangan :

Y= Intensitas Penggunaan

$\alpha$  = Konstanta

X1: Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan

X2: Variabel Persepsi Kebermanfaatan

X3: Variabel Kualitas Layanan

X4: Variabel Kepercayaan

$\beta_1$ : Koefisien regresi variabel persepsi kemudahan penggunaan

$\beta_2$ : Koefisien regresi variabel persepsi kebermanfaatan

$\beta_3$ : Koefisien regresi variabel kualitas layanan

$\beta_4$ : Koefisien regresi variabel kepercayaan

e: *Standard error*

#### **3.4.4.2 Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Uji signifikansi parsial (uji-t) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial.

Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji variabel independen persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen intensitas penggunaan. Dasar pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

a. Membandingkan nilai  $t$  hitung dengan  $t$  tabel

Apabila  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, masing-masing variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Namun, jika  $t$  hitung  $< t$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti masing-masing variabel independen secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Menggunakan angka probabilitas signifikansi

Jika angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ ; maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sedangkan apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ ; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

#### 3.4.4.3 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F)

Uji signifikansi pengaruh simultan (uji-F) digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan) dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (intensitas penggunaan) (Ghozali, 2013). Dasar pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

a. Membandingkan nilai  $F$  hitung dengan  $F$  tabel

Apabila  $F$  hitung  $> F$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Artinya, terdapat pengaruh variabel independen signifikan terhadap variabel dependen. Jika  $F$  hitung  $< F$  tabel, maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen secara terhadap variabel dependen.

b. Menggunakan angka probabilitas signifikansi

Jika angka probabilitas signifikansi  $> 0,05$ ; maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Artinya, variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila angka probabilitas signifikansi  $< 0,05$ ; maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen.

**3.4.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Ghozali (2013) mengemukakan bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai dengan satu. Jika nilai  $R^2$  mendekati nol artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, apabila  $R^2$  semakin besar atau mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**FEB UNDIP**

## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS**

#### **4.1 Deskripsi Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **1. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan Bank Syariah hasil merger dari tiga bank besar milik BUMN, merger ini telah mendapatkan izin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor: SR – 3/PB.1/2021 pada tanggal 27 Januari 2021 yang selanjutnya pada tanggal 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H Presiden Joko Widodo secara langsung meresmikan Bank Syariah Indonesia hal ini menjadi tanda bahwa bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan Bank BRI Syariah menjadi satu entitas yakni Bank Syariah Indonesia (BSI). Aktivitas merger bank ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik selain itu didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global ([www.bankbsi.co.id](http://www.bankbsi.co.id)).

###### **2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)**

Visi dari Bank Syariah Indonesia adalah menjadi “ Top 10 Global Islamic Bank”, untuk mewujudkan visinya maka misi Bank Syariah Indonesia yaitu :

###### **1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia**

Melayani >20 juta nasabah dan mejadi top 5 bank berdasarkan asset (500+ T) dan nilai buku 50T di tahun 2025.



2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia  
Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan Masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja. (www.bankbsi.co.id).

### 3. Logo Bank Syariah Indonesia

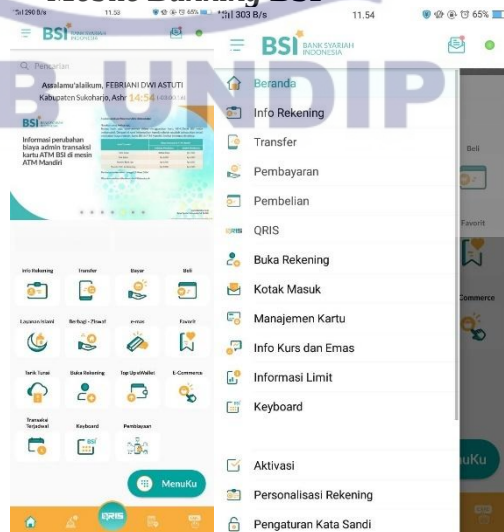
**Gambar 4. 1**  
**Logo BSI**



Sumber : [bankbsi.co.id](http://bankbsi.co.id)

### 4. Mobile Banking Bank Syariah Indonesia

**Gambar 4. 2**  
**Mobile Banking BSI**



Sumber : Mobile banking BSI

*Mobile Banking* merupakan salah satu wujud perkembangan teknologi dalam industri perbankan yang bertujuan meningkatkan pelayanan melalui kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi serta untuk memenuhi keinginan pasar. (Nurdin et al., 2021). Bank Syariah Indonesia senantiasa meningkatkan pelayanan terhadap nasabah serta memberikan kemudahan untuk nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, selain untuk transaksi keuangan BSI *mobile banking* juga memberikan kemudahan lain melalui fitur yang ada pada aplikasi tersebut. BSI *mobile banking* dapat digunakan kapanpun dan dimanapun hal ini dapat membantu aktifitas nasabah menjadi lebih seimbang secara finansial, spiritual dan sosial (bankbsi.co.id). Terdapat beberapa keunggulan yang diberikan BSI *mobile banking* antara lain sebagai berikut :

1. Finansial

Fitur yang ada pada BSI *mobile banking* yang dapat membantu nasabah dalam memudahkan transaksi keuangan seperti fitur transfer uang antar rekening baik kesesama bank BSI atau antar bank lain, pembayaran berbagai tagihan seperti angsuran kendaraan, listrik dan asuransi, selain itu terdapat fitur transaksi terjadwal, dan manajemen kartu serta fitur lain yang dapat digunakan nasabah.

2. Spiritual

Fitur spiritual yang ada pada BSI *mobile banking* adalah layanan Islami dengan memberikan fitur lokasi masjid, waktu shalat dan arah kiblat fitur ini dapat memudahkan nasabah dalam menjalankan ibadah.

### 3. Sosial

Fitur sosial yang ada pada BSI *mobile banking* adalah memberikan layanan sosial seperti fitur akat, infaq, dan shodaqoh.

#### 4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia dan menggunakan aplikasi BSI *mobile banking* di kota Semarang selama kurang lebih 3 bulan. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling* adalah proses pengambilan sampel yang berdasarkan pada kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan pada penelitian ini adalah merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia, membuka rekening pada Bank Syariah Indonesia selama kurang lebih 3 bulan terakhir dan menggunakan aplikasi BSI *mobile banking* di kota Semarang.

Kota Semarang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki Masyarakat dengan mayoritas beragama muslim yang berjumlah 1.470.224 jiwa (BPS 2022). Menurut sumber Republika.co.id (2021) Bank Syariah Indonesia dalam memperluas pelayanannya mampu migrasikan sebesar 1,18 juta rekening guna memperkuat layanan kepada nasabah di regional Semarang, migrasi ini meliputi migrasi rekening, kartu ATM, *mobile* dan *internet banking*. Hal ini memberi sinyal positif bahwa pengguna BSI *mobile banking* tumbuh dan berkembang, sehingga peneliti mengasumsikan bahwa populasi pengguna bank syariah cukup besar dan menggunakan layanan *mobile banking* dalam transaksi sehari hari.

Berdasarkan dari data yang diperoleh melalui 100 responden yang telah sesuai dengan kriteria penelitian, berikut merupakan pembahasan dari identitas responden meliputi waktu membuka rekening pada Bank Syariah Indonesia, menggunakan aplikasi BSI *mobile banking*, nama, usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, serta pendapatan perbulan.

#### 4.2.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Menggunakan BSI *Mobile Banking* Selama 3 Bulan Terakhir.

Waktu menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* merupakan salah satu kriteria dalam menentukan penggunaan aplikasi oleh nasabah. berdasarkan hasil data yang telah diolah kriteria responden berdasarkan menggunakan aplikasi BSI *mobile banking* dalam 3 bulan atau lebih adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 1**

**Karakteristik Responden Menggunakan Aplikasi BSI Mobile Banking dalam 3 bulan terakhir**

| Waktu Terakhir Menggunakan Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> | Jumlah     | Presentase (%) |
|---------------------------------------------------------------|------------|----------------|
| < 1 bulan                                                     | 19         | 19             |
| 2-3 bulan                                                     | 68         | 68             |
| >3 bulan                                                      | 13         | 13             |
| <b>Total</b>                                                  | <b>100</b> | <b>100</b>     |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.1. dapat dilihat bahwa waktu terakhir kali responden menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* paling besar adalah 2-3 bulan terakhir yaitu sebanyak 68 responden, kemudian menggunakan dalam waktu kurang dari 1 bulan terakhir yaitu sebanyak 19 responden, dan responden yang menggunakan

aplikasi BSI *Mobile Banking* dalam waktu lebih dari 3 bulan terakhir sebanyak 13 responden.

#### 4.2.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat mempengaruhi keputusan untuk menggunakan suatu aplikasi. Berdasarkan hasil data yang telah diolah kriteria responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**

##### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|----------------------|---------------|-----------------------|
| Laki-laki            | 7             | 7                     |
| Perempuan            | 93            | 93                    |
| <b>Total</b>         | <b>100</b>    | <b>100</b>            |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.2. responden dengan jenis kelamin perempuan adalah responden yang mendominasi dengan jumlah 93 responden sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 7. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin perempuan yang mendominasi, hal ini memungkinkan karena jika dilihat dari aktivitas penggunaan layanan *mobile banking* untuk transaksi online seperti pembayaran secara online, belanja online dan lain-lain.

#### 4.2.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik usia responden merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi ketertarikan dalam menggunakan suatu aplikasi. Pada umumnya, perbedaan kebutuhan disebabkan oleh perbedaan usia. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* di seluruh Indonesia



dalam berbagai kategori usia yang dapat dilihat pada Tabel 4.3. Berdasarkan hasil data yang telah diolah kriteria responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| Usia         | Jumlah     | Presentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| 12-25 tahun  | 97         | 97             |
| 25-40 tahun  | 3          | 3              |
| <b>Total</b> | <b>100</b> | <b>100</b>     |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.6. diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengisi kuesioner ternyata rentang usia 12-25 tahun mendominasi dengan jumlah responden sebanyak 97 atau 97 persen. Kemudian rentang usia 25- 40 tahun sebanyak 3 responden. Hal ini dapat menunjukkan bahwa rentang usia 12-25 cenderung lebih mudah dan lebih sering menggunakan *mobile banking* untuk berbagai kebutuhan transaksi keuangan seperti pembayaran melalui QRIS.

#### 4.2.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan responden berdasarkan hasil data yang telah diolah adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**

**Karakteristik Responden Pekerjaan**

| Pekerjaan      | Jumlah     | Presentase (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Mahasiswa      | 87         | 87             |
| Pegawai Swasta | 9          | 9              |
| Lainnya        | 4          | 4              |
| <b>Total</b>   | <b>100</b> | <b>100</b>     |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan dari tabel 4.4, dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai mahasiswa dengan

jumlah 87 responden dari 100 responden dengan presentase sebesar 87%. Responden yang berprofesi sebagai pegawai swasta sebanyak 9 responden atau sebesar 9%, kemudian profesi lain sebanyak 4 responden, Dengan demikian maka mahasiswa merupakan responden terbanyak pada penelitian ini hal ini membuktikan bahwa mahasiswa cenderung lebih mudah mengikuti arah perkembangan teknologi sehingga banyak yang menggunakan aplikasi BSI *mobile banking*.

#### 4.2.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data dari responden berikut merupakan gambaran responden berdasarkan Pendidikan terakhir.

**Tabel 4. 5**

##### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| <b>Pendidikan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|-------------------|---------------|-----------------------|
| SMA               | 60            | 60                    |
| Diploma 1- 4      | 2             | 2                     |
| S1                | 38            | 38                    |
| <b>Total</b>      | <b>100</b>    | <b>100</b>            |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan dari tabel 4.5. dapat dilihat bahwa jumlah responden terbanyak didominasi oleh Pendidikan terakhir SMA dengan jumlah 60 responden dari 100 responden dengan presentase sebesar 60%. Responden dengan Pendidikan terakhir S1 sebanyak 38 atau 38% ,kemudian Pendidikan Diploma 1-4 sebanyak 2 responden.

#### 4.2.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan perbulan responden dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4. 6

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

| <b>Pendapatan per Bulan</b> | <b>Jumlah</b> | <b>Presentase (%)</b> |
|-----------------------------|---------------|-----------------------|
| <Rp 1000.000                | 34            | 34                    |
| Rp 1000.000-Rp 3000.000     | 46            | 46                    |
| Rp 3000.000- Rp 5000.000    | 14            | 14                    |
| >Rp 5000.000                | 6             | 6                     |
| <b>Total</b>                | <b>100</b>    | <b>100</b>            |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel diatas, responden dengan pendapatan kurang dari Rp1.000.000 berjumlah 34 responden atau 34%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa mayoritas responden yang mayoritas berstatus mahasiswa sebagian besar masih memperoleh uang saku dari orang tuanya. Selanjutnya pendapatan yang berkisar antara Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000 sebanyak 46 responden, kemudian pendapatan antara Rp 3000.000 hingga Rp 5000.000 sebanyak 14 responden, serta responden dengan pendapatan lebih dari Rp 5000.000 sebanyak 6 responden.

### 4.3 Metode Analisis Data

#### 4.3.1 Analisis Indeks Jawaban

Analisis Deskriptif dilakukan dengan cara mendiskripsikan data dengan menggunakan Teknik skoring. Teknik skoring dengan minimal 1 dan maksimal 5 dalam penelitian ini Teknik skoring menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai indeks} = \frac{\%F5 \times 5 + \%F4 \times 4 + \%F3 \times 3 + \%F2 \times 2 + \%F1 \times 1}{5}$$

$$\text{Interval kelas} = \frac{\max - \min}{\text{kelas}} = \frac{\% \text{ jawaban max} - \% \text{ jawaban min}}{3}$$

20,00 – 46,67 = Kategori Rendah

$73,34 - 100,0 =$  Kategori Tinggi

Variabel persepsi kemudahan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan 6 indikator pertanyaan. Hasil yang didapat dari tanggapan responden dijelaskan pada Tabel 4.7

## Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kemudahan

| Indikator | 5<br>F | 4<br>F | 3<br>F | 2<br>F | 1<br>F | $\Sigma F \times S$ | Indeks |
|-----------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------|--------|
| X1.1      | 2<br>3 | 4<br>2 | 1<br>6 | 1<br>4 |        | 364                 | 72,8   |
| X1.2      | 1<br>8 | 4<br>3 | 2<br>2 | 1<br>7 |        | 362                 | 72,4   |
| X1.3      | 4<br>7 | 4<br>8 |        |        |        | 441                 | 88,2   |
| X1.4      | 5<br>5 | 4<br>3 |        |        |        | 453                 | 90,6   |
| X1.5      | 3<br>6 | 5<br>6 |        |        |        | 428                 | 85,6   |
| X1.6      | 5<br>4 | 4<br>3 |        |        |        | 450                 | 90     |
| Rata-rata |        |        |        |        |        | "Tinggi"            | 83,2   |

Sumber: data primer 2024, diolah

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai rata-rata indeks skor jawaban variabel persepsi kemudahan adalah 83,2. Berdasarkan *three-box method*, indeks skor tersebut termasuk kedalam kategori “tinggi”. Hal ini dapat diartikan bahwa responden percaya bahwa Aplikasi BSI *Mobile Banking* mudah digunakan

#### 4.3.1.2 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Persepsi Kebermanfaatan

Penelitian ini menggunakan 6 indikator pertanyaan untuk mengukur variabel persepsi kebermanfaatan. Berdasarkan hasil tanggapan responden terhadap variabel persepsi kebermanfaatan dapat dijelaskan pada tabel berikut:

**Tabel 4. 8**  
**Tanggapan Responden terhadap Variabel Persepsi Kebermanfaatan**

| Indikator        | 5 |       | 4 |       | 3 |       | 2 |       | 1 |       | $\Sigma F \times S$ | Indeks      |
|------------------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---------------------|-------------|
|                  | F | F × S | F | F × S | F | F × S | F | F × S | F | F × S |                     |             |
| X2.1             | 3 |       | 5 |       |   |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 4 | 170   | 9 | 236   | 4 | 12    | 3 | 6     | 0 | 0     | 424                 | 84,8        |
| X2.2             | 3 |       | 4 |       | 1 |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 6 | 180   | 5 | 180   | 4 | 42    | 4 | 8     | 1 | 1     | 411                 | 82,2        |
| X2.3             | 4 |       | 4 |       |   |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 7 | 235   | 4 | 176   | 8 | 24    | 1 | 2     | 0 | 0     | 437                 | 87,4        |
| X2.4             | 4 |       | 4 |       |   |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 5 | 225   | 7 | 188   | 7 | 21    | 1 | 2     | 0 | 0     | 436                 | 87,2        |
| X2.5             | 4 |       | 4 |       |   |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 9 | 245   | 6 | 184   | 4 | 12    | 1 | 2     | 0 | 0     | 443                 | 88,6        |
| X2.6             | 4 |       | 5 |       |   |       |   |       |   |       |                     |             |
|                  | 1 | 205   | 6 | 224   | 2 | 6     | 1 | 2     | 0 | 0     | 437                 | 87,4        |
| <b>Rata-rata</b> |   |       |   |       |   |       |   |       |   |       | <b>"Tinggi"</b>     | <b>86,2</b> |

Sumber: data primer 2024, diolah

Pada tabel 4.8 menjelaskan bahwa rata-rata indeks skor jawaban variabel persepsi kebermanfaatan adalah 86,2. Berdasarkan *three-box method*, indeks skor



jawaban variabel persepsi kebermanfaatan tersebut termasuk kedalam kategori “tinggi”. Hal ini membuktikan bahwa responden yang merupakan pengguna Aplikasi BSI *Mobile Banking* percaya akan manfaat dari menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

#### 4.3.1.3 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan

Variabel kualitas layanan yang terdapat pada penelitian ini diukur dengan menggunakan 5 indikator pertanyaan penelitian. Pada tabel 4.9 dapat dijelaskan bahwa rata-rata indeks skor jawaban dari variabel kualitas layanan adalah 85,68. Berdasarkan dari *three-box method*, indeks skor tersebut termasuk kategori “Tinggi”. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Aplikasi BSI *Mobile Banking* sudah memuaskan penggunanya. Hasil tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan dapat dijelaskan pada berikut ini.

**Tabel 4. 9**  
**Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan**

| Indikator        | 5   | 4   | 3   | 2   | 1   |     |    |     |   |     |                 |              |
|------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|---|-----|-----------------|--------------|
|                  | F   | F×S | F   | F×S | F   | F×S | F  | F×S | F | F×S | ΣF×S            | Indeks       |
| X3.1             | 263 | 130 | 595 | 236 | 339 | 11  | 22 | 11  | 1 | 1   | 408             | 81,6         |
| X3.2             | 64  | 180 | 84  | 232 | 515 | 15  | 1  | 20  | 0 | 0   | 429             | 85,8         |
| X3.3             | 04  | 200 | 84  | 192 | 84  | 24  | 48 | 0   | 0 | 0   | 424             | 84,8         |
| X3.4             | 64  | 230 | 94  | 196 | 412 | 12  | 12 | 0   | 0 | 0   | 440             | 88           |
| X3.5             | 84  | 240 | 77  | 188 | 412 | 0   | 0  | 11  | 1 | 1   | 441             | 88,2         |
| <b>Rata-rata</b> |     |     |     |     |     |     |    |     |   |     | <b>"Tinggi"</b> | <b>85,68</b> |

Sumber: data primer 2024, diolah

#### 4.3.1.4 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Kepercayaan

Penelitian ini mengukur variabel kepercayaan dengan menggunakan 3 indikator pertanyaan penelitian. Hasil rata-rata indeks jawaban responden terhadap variabel kepercayaan dapat dijelaskan pada Tabel 4.10 berikut ini.

**Tabel 4. 10**

**Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan**

| Indikator        | 5  |     | 4  |     | 3  |     | 2  |     | 1 |     | $\Sigma F \times S$ | Indeks      |
|------------------|----|-----|----|-----|----|-----|----|-----|---|-----|---------------------|-------------|
|                  | F  | F×S | F  | F×S | F  | F×S | F  | F×S | F | F×S |                     |             |
| X4.1             | 26 | 130 | 39 | 156 | 18 | 54  | 14 | 28  | 3 | 3   | 371                 | 74,2        |
| X4.2             | 21 | 105 | 47 | 188 | 17 | 51  | 15 | 30  | 0 | 0   | 374                 | 74,8        |
| X4.3             | 43 | 215 | 49 | 196 | 8  | 24  | 0  | 0   | 0 | 0   | 435                 | 87          |
| <b>Rata-rata</b> |    |     |    |     |    |     |    |     |   |     | <b>"Tinggi"</b>     | <b>78,6</b> |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.10 dapat dijelaskan rata-rata indeks skor jawaban variabel kepercayaan adalah 78,6. Berdasarkan *three-box method*, indeks skor tersebut termasuk kedalam kategori “Tinggi”. Hal ini berarti responden percaya terhadap aplikasi BSI *Mobile Banking*.

#### 4.3.1.5 Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Intensitas Penggunaan

Intensitas penggunaan merupakan seberapa sering seseorang menggunakan sesuatu berdasarkan durasi dan frekuensi penggunaannya. Penelitian ini mengukur indeks rata-rata jawaban responden dengan menggunakan indikator pertanyaan. Berdasarkan indikator tersebut dihasilkan tanggapan responden terhadap variabel intensitas penggunaan yang dijelaskan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 11**

**Tanggapan Responden terhadap Variabel Intensitas Penggunaan**

| Indikator | 5  |     | 4  |     | 3  |     | 2 |     | 1 |     | $\Sigma F \times S$ | Indeks |
|-----------|----|-----|----|-----|----|-----|---|-----|---|-----|---------------------|--------|
|           | F  | F×S | F  | F×S | F  | F×S | F | F×S | F | F×S |                     |        |
| Y1        | 29 | 145 | 45 | 180 | 19 | 57  | 7 | 14  | 1 | 1   | 397                 | 79,4   |
| Y2        | 29 | 145 | 56 | 224 | 10 | 30  | 3 | 6   | 2 | 2   | 407                 | 81,4   |

|                  |    |     |    |     |    |    |    |    |   |   |                 |             |
|------------------|----|-----|----|-----|----|----|----|----|---|---|-----------------|-------------|
| Y3               | 28 | 140 | 45 | 180 | 14 | 42 | 9  | 18 | 4 | 4 | 384             | 76,8        |
| Y4               | 21 | 105 | 47 | 188 | 14 | 42 | 15 | 30 | 3 | 3 | 368             | 73,6        |
| Y5               | 36 | 180 | 53 | 212 | 10 | 30 | 1  | 2  | 0 | 0 | 424             | 84,8        |
| Y6               | 44 | 220 | 46 | 184 | 8  | 24 | 0  | 0  | 2 | 2 | 430             | 86          |
| Y7               | 51 | 255 | 43 | 172 | 5  | 15 | 1  | 2  | 0 | 0 | 444             | 88,8        |
| Y8               | 46 | 230 | 4  | 16  | 4  | 12 | 1  | 2  | 0 | 0 | 260             | 52          |
| Y9               | 29 | 145 | 48 | 192 | 9  | 27 | 12 | 24 | 2 | 2 | 390             | 78          |
| <b>Rata-rata</b> |    |     |    |     |    |    |    |    |   |   | <b>"Tinggi"</b> | <b>77,8</b> |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dijelaskan bahwa rata-rata indeks skor jawaban variabel intensitas penggunaan adalah 77,8. Berdasarkan *three-box method*, indeks skor tersebut termasuk kategori “tinggi”. Hal ini membuktikan bahwa responden memutuskan untuk terus menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking* sesuai kebutuhan dan kegunaan dari aplikasi tersebut.

#### 4.3.2 Uji Instrumen Data

##### 4.3.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu variabel sudah akurat dan tepat. Untuk melihat apakah suatu kuesioner dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel, maka kuesioner tersebut bisa dinyatakan valid. Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini.

Tabel 4. 12

##### Hasil Uji Validitas

| Variabel                | Item | R hitung | R tabel | Keterangan |
|-------------------------|------|----------|---------|------------|
| Persepsi Kemudahan (X1) | X1.1 | 0,789    | 0,195   | Valid      |
|                         | X1.2 | 0,858    | 0,195   | Valid      |
|                         | X1.3 | 0,484    | 0,195   | Valid      |
|                         | X1.4 | 0,460    | 0,195   | Valid      |
|                         | X1.5 | 0,566    | 0,195   | Valid      |
|                         | X1.6 | 0,387    | 0,195   | Valid      |

|                     |      |       |       |       |
|---------------------|------|-------|-------|-------|
| Persepsi            |      |       |       |       |
| Kebermanfaatan (X2) | X2.1 | 0,646 | 0,195 | Valid |
|                     | X2.2 | 0,666 | 0,195 | Valid |
|                     | X2.3 | 0,636 | 0,195 | Valid |
|                     | X2.4 | 0,578 | 0,195 | Valid |
|                     | X2.5 | 0,597 | 0,195 | Valid |
|                     | X2.6 | 0,533 | 0,195 | Valid |
| Kualitas            |      |       |       |       |
| Layanan (X3)        | X3.1 | 0,806 | 0,195 | Valid |
|                     | X3.2 | 0,685 | 0,195 | Valid |
|                     | X3.3 | 0,725 | 0,195 | Valid |
|                     | X3.4 | 0,60  | 0,195 | Valid |
|                     | X3.5 | 0,705 | 0,195 | Valid |
| Kepercayaan (X4)    | X4.1 | 0,910 | 0,195 | Valid |
|                     | X4.2 | 0,930 | 0,195 | Valid |
|                     | X4.3 | 0,629 | 0,195 | Valid |
| Intensitas          |      |       |       |       |
| Penggunaan (Y)      | Y.1  | 0,694 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.2  | 0,679 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.3  | 0,783 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.4  | 0,838 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.5  | 0,691 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.6  | 0,671 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.7  | 0,577 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.8  | 0,496 | 0,195 | Valid |
|                     | Y.9  | 0,733 | 0,195 | Valid |

Sumber: data primer 2024, diolah

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dimana memiliki nilai yaitu 0,195 (nilai  $r$  tabel untuk  $n=100$ ). Dari hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh indikator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid karena sudah sesuai dengan syarat yang telah ditentukan sebelumnya.

#### 4.3.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah data yang ada pada suatu penelitian dapat dipercaya atau tidak hal ini terjadi ketika instrumen tersebut digunakan secara konsisten dan terus menerus sehingga menghasilkan hasil yang konsisten. Pengujian reliabilitas dilakukan

dengan cara melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* berada di atas 0,60, maka variabel pada penelitian tersebut dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada Tabel 4.13

**Tabel 4. 13**

**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                | <i>Cronbach's</i> |                       | Keterangan |
|-------------------------|-------------------|-----------------------|------------|
|                         | <i>Alpha</i>      | <i>Standard Alpha</i> |            |
| Persepsi Kemudahan      | 0,664             | 0,600                 | Reliabel   |
| Persepsi Kebermanfaatan | 0,660             | 0,600                 | Reliabel   |
| Kualitas Layanan        | 0,748             | 0,600                 | Reliabel   |
| Kepercayaan             | 0,777             | 0,600                 | Reliabel   |
| Intensitas Penggunaan   | 0,861             | 0,600                 | Reliabel   |

Sumber: data primer 2024, diolah

Dari tabel 4.13 yang menunjukkan bahwa seluruh variabel yang ada dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator yang ada pada kuesioner ini dinyatakan dapat dipercaya atau reliabel.

#### 4.3.3 Deteksi Asumsi Klasik

Deteksi asumsi klasik adalah pengujian untuk mendeteksi penyimpangan terhadap ketidaknormalan data. Pengujian asumsi klasik dilakukan supaya menghasilkan model regresi yang akurat. Hasil deteksi asumsi klasik dapat dilihat sebagai berikut.

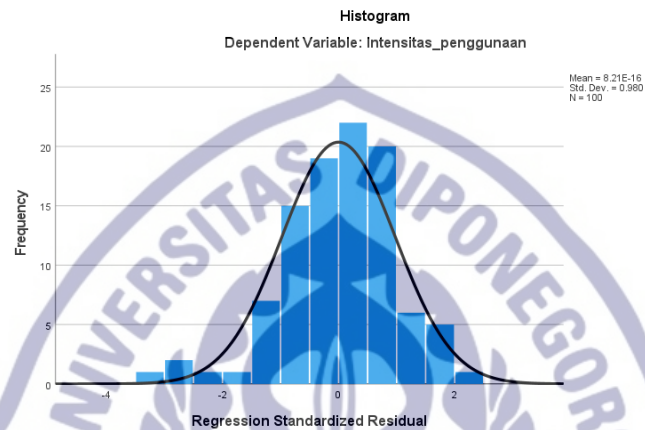
##### 4.3.3.1 Deteksi Normalitas

Deteksi normalitas dilakukan untuk menguji suatu model regresi dan variabel terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dengan grafik histogram. Sebuah data dikatakan terdistribusi normal apabila grafik yang



dihasilkan berbentuk lonceng (*bell shaped*). Hasil deteksi normalitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 sebagai berikut:

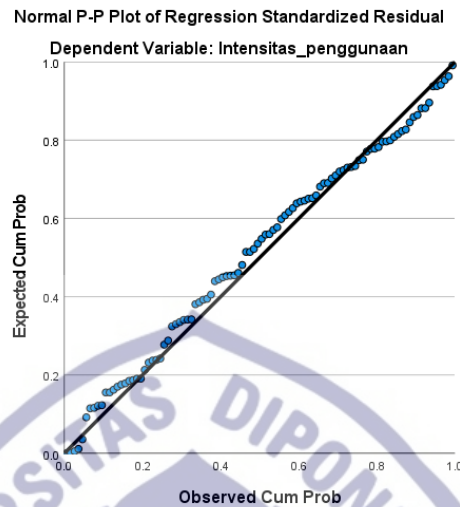
**Gambar 4. 3**  
**Deteksi Normalitas dengan Histogram**



Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan Gambar 4.3 di atas dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Selain melihat grafik histogram, deteksi normalitas pada penelitian ini juga menggunakan *Normal P-Plot of Regression Standardized Residual*. Deteksi ini dilakukan dengan mengamati titik-titik di sekitar garis diagonal. Data dinyatakan terdistribusi normal apabila titik-titik tersebut terletak di sekitar garis diagonal atau mengikutinya. Begitu pula sebaliknya, jika titik-titik berada menjauhi garis diagonal, maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Hasil deteksi normalitas dengan *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada Gambar 4.4.

**Gambar 4. 4**  
**Deteksi Normalitas dengan Normal Probability Plot**



Sumber: data primer 2024, diolah

Pada hasil pengujian normalitas menggunakan *Normal Probability Plot* di atas menunjukkan titik-titik terletak di sekitar garis diagonal dan mengikutinya. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini memiliki data yang terdistribusi normal.

Deteksi normalitas dalam penelitian ini juga menggunakan analisis statistik dengan Kolmogorov-Smirnov. Model regresi dikatakan terdistribusi normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 pada taraf signifikansi sebesar 5 persen. Berikut hasil deteksi normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 4. 14**

**Deteksi Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | 0,0000000               |
|                                  | Std. Deviation | 2,97933950              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | 0,059                   |
|                                  | Positive       | 0,048                   |
|                                  | Negative       | -0,059                  |

|                                     |                   |
|-------------------------------------|-------------------|
| Test Statistic                      | 0,059             |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> | .200 <sup>d</sup> |

Sumber: data primer 2024, diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini terdistribusi normal.

#### 4.3.3.2 Deteksi Multikolinearitas

Deteksi multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan korelasi antarvariabel independen pada suatu model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antarvariabel independen. Gejala multikolinearitas dapat diketahui dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan VIF di bawah 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil deteksi multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.15.

**Tabel 4. 15**  
**Hasil Deteksi Multikolinearitas**

| Variabel                | Tolerance | VIF   |
|-------------------------|-----------|-------|
| Persepsi Kemudahan      | 0,425     | 2,356 |
| Persepsi Kebermanfaatan | 0,775     | 1,290 |
| Kualitas Layanan        | 0,590     | 1,695 |
| Kepercayaan             | 0,372     | 2,687 |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa *tolerance* seluruh variabel pada penelitian ini lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas.

#### 4.3.3.3 Deteksi Heteroskedastisitas

Deteksi heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui adanya ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dalam suatu model regresi. Deteksi heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot*. Hasil deteksi heteroskedastisitas dengan *scatterplot* dapat dilihat pada Gambar 4.5.



Sumber: data primer 2024, diolah

Gambar 4.5 menunjukkan titik-titik menyebar secara tidak beraturan, baik di atas maupun di bawah angka 0. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### 4.3.4 Uji Hipotesis

##### 4.3.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dalam penelitian ini. Analisis regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan bantuan program perangkat lunak *SPSS Statistic 27*. Hasil yang diperoleh dari analisis ini dapat dilihat pada tabel 4.16.

**Tabel 4. 16**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

| Variabel                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients Beta |
|-------------------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|
|                         | B                           | Std. Error |                                |
| Persepsi Kemudahan      | 0,428                       | 0,165      | 0,229                          |
| Persepsi Kebermanfaatan | -0,331                      | 0,139      | -0,155                         |
| Kualitas Layanan        | 0,885                       | 0,166      | 0,398                          |
| Kepercayaan             | 0,942                       | 0,219      | 0,403                          |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan hasil analisis regresi pada tabel 4.19, dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,229X_1 + (-0,155X_2) + 0,398X_3 + 0,403X_4 + e$$

Keterangan:

Y: Intensitas Penggunaan

X1: Persepsi Kemudahan Penggunaan

X2: Persepsi Kebermanfaatan

X3: Kualitas Layanan

X4: Kepercayaan

e: Standar Error

Dari persamaan koefisien regresi di atas dapat diartikan sebagai berikut:



1. Koefisien regresi pada variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1) berpengaruh positif sebesar 0,229. Artinya, apabila faktor persepsi kemudahan penggunaan mengalami peningkatan maka tingkat intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.
2. Koefisien regresi pada variabel kebermanfaatan (X2) berpengaruh negatif sebesar 0,155. Artinya, apabila faktor kebermanfaatan mengalami peningkatan maka tingkat intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* akan penurunan dengan asumsi variabel lain tetap
3. Koefisien regresi pada variabel kualitas layanan (X3) berpengaruh positif sebesar 0,398. Artinya apabila faktor kualitas layanan mengalami peningkatan maka tingkat intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap
4. Koefisien regresi pada variabel kepercayaan (X4) berpengaruh positif sebesar 0,403. Artinya apabila faktor kepercayaan mengalami peningkatan maka tingkat intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* akan meningkat dengan asumsi variabel lain tetap.

Berdasarkan persamaan regresi di atas, variabel yang paling dominan mempengaruhi intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* adalah variabel kepercayaan. Hal ini disebabkan karena nilai koefisien regresi variabel kepercayaan paling tinggi jika dibandingkan dengan variabel lainnya.

#### **4.3.4.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t)**

Uji signifikansi pengaruh parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai t hitung. Apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Selain itu, uji t juga dilakukan dengan melihat taraf signifikansi. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sedangkan jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berikut hasil uji signifikansi pengaruh parsial (uji t).

**Tabel 4. 17**  
**Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji-t)**

| Variabel                      | t      | Sig.  |
|-------------------------------|--------|-------|
| Persepsi Kemudahan penggunaan | 2,599  | 0,011 |
| Persepsi Kebermanfaatan       | -2,382 | 0,019 |
| Kualitas Layanan              | 5,332  | 0,000 |
| Kepercayaan                   | 4,294  | 0,000 |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.17 maka dapat diketahui bahwa:

**1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Intensitas Penggunaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ) menunjukkan hasil yang positif sebesar 2,599 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,011. Dengan t tabel sebesar 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung} 2,599 > t \text{ tabel}$ , dengan batas signifikansi sebesar 0,011, maka nilai signifikansi  $0,011 < 0,05$ . Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan yang artinya hipotesis I diterima.

## **2. Pengaruh Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel persepsi kebermanfaatan (X2) menunjukkan hasil negatif sebesar -2,382 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,019. Dengan t tabel sebesar 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung } -2,382 < t \text{ tabel}$ , dengan batas signifikansi sebesar 0,019, maka nilai signifikansi  $0,019 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan yang artinya hipotesis II ditolak.

## **3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Intensitas Penggunaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel persepsi kualitas layanan (X3) menunjukkan hasil positif sebesar 5,332 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan t tabel sebesar 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung } 5,332 > t \text{ tabel}$ , dengan batas signifikansi sebesar 0,000, maka nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan yang artinya hipotesis III diterima.

## **4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Intensitas Penggunaan**

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t hitung dari variabel persepsi kepercayaan (X4) menunjukkan hasil positif sebesar 4,294 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Dengan t tabel sebesar 1,661 maka dapat disimpulkan bahwa  $t \text{ hitung } 4,294 > t \text{ tabel}$ , dengan batas signifikansi sebesar 0,000, maka nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan yang artinya hipotesis IV diterima.

#### 4.3.4.3 Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F)

Uji signifikansi pengaruh simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan dalam model regresi. Pengujian ini diketahui dengan melihat nilai F pada tabel ANNOVA. Apabila F hitung lebih besar dari F tabel dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 maka dinyatakan variabel independen memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.18

**Tabel 4. 18**  
**Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Simultan (Uji-F)**

| Model      | F      | Sig.              |
|------------|--------|-------------------|
| Regression | 52,426 | .000 <sup>b</sup> |
| Residual   |        |                   |
| Total      |        |                   |

Sumber: data primer 2024, diolah

Berdasarkan hasil uji-F pada Tabel 4.20 di atas menunjukkan nilai F hitung sebesar 52,426 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. F tabel dalam penelitian ini adalah 2,31. Artinya, nilai  $52,426 > F$  tabel dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap intensitas penggunaan.

#### 4.3.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Nilai  $R^2$  yang mendekati 1 (satu) artinya semakin banyak variasi variabel independen yang mempengaruhi variasi variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

**Tabel 4. 19**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

| <b>R</b>          | <b>R Square</b> | <b>Adjusted R Square</b> | <b>Std. Error of the Estimate</b> |
|-------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------------|
| .830 <sup>a</sup> | .688            | .675                     | 3,041                             |

Sumber: data primer 2024, diolah

Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel 4.19 menunjukkan nilai  $R^2$  sebesar 0,688. Hal ini berarti 68% intensitas penggunaan dipengaruhi oleh variabel persepsi kemudahan penggunaan ( $X_1$ ), persepsi kebermanfaatan ( $X_2$ ), kualitas layanan ( $X_3$ ), dan kepercayaan ( $X_4$ ). Kemudian 32% sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

#### **4.4 Pembahasan**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang telah dilakukan menunjukkan bahwa keempat variabel independen dalam penelitian ini, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F$  hitung 52,426 lebih besar dari nilai  $F$  tabel 2,31 dan nilai signifikansi 0,000 lebih



kecil dari 0,05. Dari keempat variabel dalam penelitian ini tiga variabel masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*, sedangkan variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh negatif terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.

#### **1. Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

Persepsi Kemudahan Penggunaan merupakan penilaian pengguna Aplikasi terhadap kemudahan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Pengguna Aplikasi BSI *Mobile Banking* memilih untuk menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking* karena kemudahan dan tidak memerlukan usaha yang berlebihan dari penggunaanya.

Variabel persepsi kemudahan penggunaan pada penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan sehingga apabila semakin mudah penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* maka intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil uji-t menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh secara parsial terhadap intensitas penggunaan. Dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar 2,599 lebih besar dari 1,661 dan taraf signifikansi 0,011 lebih kecil dari 0,05. Hal ini juga diperkuat dengan hasil analisis indeks jawaban responden terhadap variabel persepsi kemudahan penggunaan memperoleh nilai sebesar 83,2 yang termasuk dalam kategori “tinggi”.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*

sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang mengemukakan bahwa terdapat 5 variabel dalam mempengaruhi perilaku pengguna yaitu kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap kegunaan, perilaku, dan kondisi nyata penggunaan. Kemudahan penggunaan merupakan salah satu penilaian individu dalam memutuskan untuk percaya bahwa suatu hal mudah digunakan tidak memerlukan usaha yang berlebihan dari penggunaanya sehingga memutuskan untuk terus menggunakannya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fadlan & Dewantara (2018) yang menjelaskan bahwa semakin seseorang percaya bahwa mobile banking mudah untuk digunakan maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tirtana & Sari (2014) yang menemukan bahwa persepsi kemudahan berpengaruh positif terhadap penggunaan *Mobile banking*. Penggunaan *Mobile banking* akan meningkatkan produktivitas dan kinerja nasabah apabila nasabah tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi bahwa aplikasi Mobile Banking dapat digunakan dengan mudah.

## **2. Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi BSI Mobile Banking.**

Persepsi kebermanfaatan adalah tingkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi BSI *Mobile banking* tingkatan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tersebut yang dapat mempermudah dan mempercepat pekerjaan atau kegiatan transaksi yang mereka lakukan sehingga dapat meningkatkan performa pekerjaannya, sehingga pengguna memilih untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Variabel persepsi kebermanfaatan pada penelitian ini berpengaruh negatif dan signifikan hal ini menunjukkan bahwa kurangnya manfaat yang dirasakan pengguna selama menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking*, dengan kata lain semakin rendahnya persepsi kebermanfaatan maka keputusan penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking* akan menurun. Pengguna aplikasi akan menggunakan aplikasi tersebut jika merasakan adanya manfaat. Sebaliknya, pengguna tidak akan menggunakan aplikasi jika menganggap aplikasi tersebut kurang berguna bagi penggunanya.

Variabel persepsi kebermanfaatan berdasarkan hasil uji-t menunjukkan bahwa kebermanfaatan memiliki pengaruh negatif secara parsial terhadap intensitas penggunaan. Dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $-2,382$  lebih kecil dari  $1,661$  dan taraf signifikansi  $0,019$  lebih kecil dari  $0,05$ .

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai kebermanfaatan berpengaruh positif terhadap intensitas Aplikasi *BSI Mobile Banking* hal ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) yang mengemukakan bahwa terdapat 5 variabel dalam mempengaruhi perilaku pengguna yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, sikap kegunaan, perilaku, dan kondisi nyata penggunaan. Persepsi kebermanfaatan merupakan kepercayaan individu bahwa penggunaan suatu teknologi akan memberikan manfaat serta meningkatkan kinerja sehingga memutuskan untuk menggunakannya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annisa & Rura (2023) yang menyatakan bahwa persepsi manfaat secara parsial berpengaruh

negatif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Uang Elektronik Berbasis *Quick Response Code Indonesian Standard* pada *Merchant*. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Aieni & Purwantini, (2017) yang menemukan bahwa persepsi kebermanfaatan tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*.

### **3. Pengaruh Persepsi Kualitas layanan terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

Kualitas layanan merupakan suatu penilaian penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* terhadap layanan *mobile banking* yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia. Layanan pada Aplikasi BSI *Mobile Banking* yang berkualitas dan memadai dapat menarik pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.

Variabel kualitas layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sehingga apabila kualitas layanan yang diberikan pada aplikasi BSI *Mobile Banking* berkualitas maka penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking* akan meningkat. Berdasarkan hasil uji-t yang menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap intensitas penggunaan. Dapat diketahui nilai t hitung 5,332 lebih besar dari 1,661 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini diperkuat dengan indeks jawaban responden terhadap variabel kualitas layanan yang memperoleh nilai sebesar 85,68 yang termasuk dalam kategori “tinggi”.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi & Novi (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan elektronik mempunyai

pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang mahasiswa UPN “Veteran” Yogyakarta pelanggan Dompot Digital Dana.

#### **4. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.**

Kepercayaan pengguna bahwa setiap menggunakan aplikasi BSI *Mobile Banking* akan diproses sesuai dengan harapan penggunanya serta memberikan rasa aman kepada pengguna karena semakin tinggi derajat kepercayaan, semakin tinggi intensitas penggunaan.

Variabel kepercayaan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan sehingga apabila kepercayaan pengguna aplikasi BSI *Mobile Banking* meningkat maka penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* akan meningkat. Berdasarkan hasil uji-t yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial terhadap intensitas penggunaan. Dapat diketahui nilai  $t$  hitung 4,294 lebih besar dari 1,661 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini diperkuat dengan indeks jawaban responden terhadap variabel kepercayaan yang memperoleh nilai sebesar 78,66 yang termasuk dalam kategori “tinggi”.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis mengenai kepercayaan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking* hal ini sejalan dengan teori *Theory of Reasoned Action* (TRA) atau teori tindakan beralasan yang dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen tahun 1975 yang menjelaskan minat perilaku akan menentukan perilakunya. Teori ini menghubungkan antara keyakinan atau kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*),



kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*). kepercayaan bahwa individu mempunyai minat atau keinginan untuk melakukannya akan menentukan perilakunya, dalam hal ini pengguna mempunyai kepercayaan akan terus menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Astria & Wadiniwaty (2021) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap intensi pembelian ulang pada Lazada Indonesia. Penelitian lain yang dilakukan Al-Sharafi et al (2017) yang menunjukkan bahwa kepercayaan meningkat jika pengguna menganggap perbankan online berguna.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

1. Berdasarkan Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan nilai sebesar 0,688. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,688 memiliki arti bahwa variasi variabel persepsi kemudahan penggunaan (X1), persepsi kebermanfaatan (X2), kualitas layanan (X3), dan kepercayaan (X4) mempengaruhi sebanyak 68% terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Kemudian 32% sisanya dipengaruhi oleh variabel independen yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2. Berdasarkan hasil uji-t, dapat ditarik kesimpulan bahwa:
  - a. Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin sering suatu aplikasi digunakan menunjukkan bahwa aplikasi tersebut lebih dikenal, lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya. Semakin mudah tampilan *mobile banking* dipahami dan digunakan maka semakin tinggi intensitas untuk menggunakan BSI *mobile banking* dalam kegiatannya, nasabah pengguna BSI *mobile banking* beranggapan bahwa bertransaksi menggunakan BSI *mobile banking* dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.
  - b. Persepsi kebermanfaatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *Mobile Banking*. Hal ini dapat

disimpulkan bahwa kurangnya manfaat yang dirasakan oleh nasabah pengguna BSI *mobile banking*. Kebermanfaatan berhubungan dengan manfaat yang diperoleh ketika bekerja menggunakan sebuah sistem tertentu. Apabila manfaat yang diterima tinggi maka intensitas untuk menggunakan juga meningkat, sedangkan dalam penelitian ini persepsi manfaat berpengaruh negatif hal ini berarti nasabah pengguna BSI *mobile banking* beranggapan bahwa layanan BSI *mobile banking* kurang dapat memberikan manfaat bagi kelancaran transaksi dan pekerjaannya sehingga intensitas penggunaannya dapat menurun.

- c. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan yang ada pada aplikasi BSI *Mobile Banking* yang memadai, menarik dan berkualitas dapat menarik pengguna untuk terus menggunakan aplikasi tersebut.
- d. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan aplikasi BSI *mobile Banking*. Hal ini dapat disimpulkan bahwa jika aplikasi BSI *Mobile Banking* memberikan rasa aman kepada penggunanya sehingga kepercayaan nasabah akan meningkatkan intensitas penggunaannya. Kondisi ini terjadi karena pengguna lebih cenderung menggunakan jika mereka percaya bahwa teknologi tersebut dapat dipercaya dalam hal keamanan. Kepercayaan di sisi lain, membentuk persepsi pengguna terhadap sistem tersebut

dalam hal teknologi baru yang dapat menjamin perlindungan transaksi pengguna.

3. Berdasarkan hasil uji-F, variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi kebermanfaatan, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*. Hal ini dapat dilihat dari hasil F hitung sebesar 52,426 yang lebih besar dari F tabel dalam penelitian ini 2,31 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Artinya, nilai  $52,426 > F \text{ tabel}$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan melalui *google form* sehingga peneliti tidak dapat mengontrol jawaban responden yang tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Kuesioner dapat memunculkan data yang dihasilkan memiliki kesempatan terjadinya bias, hal tersebut disebabkan karena adanya perbedaan persepsi antara peneliti dengan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Data yang bias akan menghasilkan kesimpulan penelitian yang kurang representatif dengan kondisi yang sebenarnya.
2. Variabel dalam penelitian yang digunakan masih terbatas, sehingga memungkinkan kedepannya masih terdapat variabel lain yang berpengaruh terhadap terhadap intensitas penggunaan Aplikasi BSI *Mobile Banking*.
3. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas

penggunaan Aplikasi *BSI Mobile Banking* dimana hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis dalam penelitian.

4. Penelitian ini terbatas hanya menggunakan 100 responden berdasarkan jumlah nasabah yang menggunakan aplikasi *BSI Mobile Banking* kota Semarang.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan Kesimpulan yang telah dihasilkan dari penelitian ini, peneliti hendak menyampaikan saran dan masukan kepada pihak-pihak yang terkait antara lain sebagai berikut:

1. Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini diharapkan Bank Syariah Indonesia melalui *BSI Mobile Banking* dapat diperbaiki dari sisi kebermanfaatan untuk pengguna *BSI Mobile Banking* terutama pada indikator yang tidak berpengaruh kuat dalam masing-masing variabel yang sudah diuji dalam penelitian ini, seperti indikator efektivitas, mencapai lebih cepat, bermanfaat, dan menguntungkan.

2. Nasabah pengguna aplikasi *BSI Mobile Banking*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap intensitas penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking*, maka penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk mendorong penggunaan aplikasi *BSI Mobile Banking*.

3. Peneliti selanjutnya



Terdapat perbedaan hasil dalam penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, dimana variabel persepsi kebermanfaatan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap intensitas penggunaan. Oleh karena itu diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mencari beberapa faktor lain seperti metode yang digunakan untuk mengetahui dan mengembangkan penelitian ini lebih mendalam.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, N., & Afdawaiza. (2023). Determinasi Generasi Milenial Terhadap Minat Menggunakan BSI Mobile dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi. *Eduonomika*, 8(1), 1–13.
- Aieni, A. N., & Purwantini, A. H. (2017). Exploring The Use Of Mobile Banking : A Technology Acceptance Model Approach Eksplorasi Penggunaan Mobile Banking : Pendekatan. *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 15, 86–96.
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. New York : Open University Press.
- Al-Sharafi, M. A., Arshah, R. A., Herzallah, F., & Alajmi, Q. (2017). The Effect of Perceived Ease of Use and Usefulness on Customers Intention to Use Online Banking Services: The Mediating Role of Perceived Trust The Continuous Use of Cloud Computing Services and Its Impact On SMEs Performance View project. *International Journal of Innovative Computing*, 7(1), 9–14. <http://se.fsksm.utm.my/ijic/index.php/ijic>
- Andarwati, S. R., & Sankarto, B. S. (2005). Pemenuhan kepuasan penggunaan internet oleh peneliti Badan Litbang Pertanian di Bogor. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, 14(1), 10–17.
- Annisa, A., & Rura, Y. (2023). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat , Kemudahan Penggunaan , dan Risiko terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Berbasis Quick Response Code Indonesian Standard. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Kontemporer*. 16(2), 133–144.
- Astria, N., & Wadiniwaty, R. (2021). Intensitas Pembelian Ulang Melalui E-Commerce. 1(1), 31–42.
- Attaqi, M., Suryono, A., Kussujaniatun, S., & Sudaryatie. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Niat Beli Ulang. *Impresi Indonesia (JII)*, 1(6), 694–700.
- Caturtami, C. Y., & Sumaryanti, I. U. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Tingkat Kecemasan Sosial pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Prosiding Psikologi*, 7(2), 300–304. <http://dx.doi.org/10.29313/v0i0.28321>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*., 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.5962/bhl.title.33621>

- Dewi, H.Chalil, & H.Syamsulbahri. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt . Mandala Multi Finance. *Ilmu Manajemen*, 3(2), 151–158.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 62(1), 82–89. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/2652/3045>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinandu, K., & Stevanus, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai yang dirasakan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Intensitas Pembelian. 2.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati & Porter, Dawn C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Habibi, M., & Zaky, A. (2015). Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 3(1), 1–16. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1567>
- Hadi, S., & Novi. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking. *Optimum: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 5(1), 55. <https://doi.org/10.12928/optimum.v5i1.7840>
- Heksawan Rahmadi, & Malik, D. (2016). Pengaruh Kepercayaan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Tokopedia.Com Di Jakarta Pusat. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 3(1), 127–128.
- Jogiyanto, 2007, *Sistem Informasi Keperilakuan*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Kristianti, M., & Pambudi, R. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Tingkat Keamanan, Dan Fitur Layanan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Pada Mahasiswa Di Dki Jakarta. *Garuda*, 11(1), 65.

- Kurniyawati, E., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga). *Jurnal Baabu Al Ilmi Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2), 142–152.
- Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 14(1), 21–38. <https://doi.org/10.4301/s1807-17752017000100002>
- Latif, C. S. (2017). Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(2). <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/4163>
- Mahmudah, & Rahmatika. (2021). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Kualitas Layanan, Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking 2020 (Studi Kasus Nasabah BRI KC Semarang). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan ...*, 6(2), 419–441. <http://103.114.35.30/index.php/Mas/article/view/6989>
- Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). Model of Trust Theory. *The Academy of Management Review*, 20(3), 709–734.
- Melasari, C., Suroso, A., & Banani, A. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Privacy Risk, Time Risk, Dan Financial Risk Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Bank Muamalat. *Performance*, 25(1), 11–23.
- Nugroho, H., Suhud, U., & Rochayati. (2016). Penerapan Pengembangan Teori Technology Acceptance Model ( Tam ) Dan Motivasi Terhadap Intensi Mahasiswa Di Jakarta Untuk Menggunakan. *Communication Studies*, 5, 45–64.
- Nurdin, N., Ningrum, R., Bachmid, S., & Jalil, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu. *Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(1).
- Pradini, T. K., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Literasi Digital, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bca, Bni, Bri. *10*(10), 82–872.
- Patrik, J., & Lady. (2022). Faktor yang Mempengaruhi untuk Menggunakan Mobile Banking dari Internet Banking Terhadap Penggunaan Konsumen Perbankan di Indonesia Abstrak. *SEIKO: Journal of Management & Busines*, 5(c), 284–299. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1575>



Ratu, K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rockstar Gym (Studi Kasus Cabang Lippo Mall Puri- Jakarta Barat). *STEI Ekonomi*, 20(20), 1–21.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Mi).

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.

Tirtana, I., & Sari, S. P. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *Syariah Paper Accounting FEB-UMS*, 671–688.

Tjiptono, Fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.243>

Yunita, M., & Ilhami, M. D. (2019). Pengaruh Trust terhadap Komitmen Pelanggan dalam Membeli suatu Produk (studi kasus Surya Bakery Kebun Tebeng Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen & Ekonomi Islam*, Vol.18. No.1 ISSN:1412-2022. AL-QASHDU

annual report bankbsi.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 11.22 WIB

bankbsi.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 11.00 WIB

bps.co.id diakses pada 5 juli 2024 pukul 13.20 WIB

databoks.katadata.co.id diakses pada 12 Februari 2022 pukul 10.33 WIB

kompas.com diakses pada 13 Februari 2022 pukul 10.00 WIB

populix.co.id diakses pada 25 Februari 2022 pukul 15.25 WIB

republika.co.id diakses pada 18 september 2024 pukul 23.00

worldpopulationreview.com diakses pada 12 Februari 2022 pukul 10.30 WIB





**LAMPIRAN**

**FEB UNDIP**

## LAMPIRAN A

### KUISIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Nasabah Pengguna Aplikasi BSI *Mobile Banking*

di tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini saya:

Nama :Febriani Dwi Astuti

NIM :12020218130038

Program Studi :S-1 Ekonomi Islam, Universitas Diponegoro

Dalam rangka untuk penelitian skripsi program sarjana (S-1), Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro, saya memerlukan informasi untuk mendukung penelitian yang saya lakukan dengan judul " ***Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Dalam Menggunakan Aplikasi BSI Mobile Banking*** ". Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu dengan cara menjadi responden penelitian dengan mengisi kuesioner yang terlampir. Perlu Bapak/Ibu/Saudara/i ketahui sesuai dengan etika dalam penelitian, data yang saya peroleh akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih banyak semoga segala urusan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dipermudah dan dilancarkan oleh Allah Subhanahu wa Ta'ala.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabaraktuh.

Hormat saya,

Febriani Dwi Astuti

**A. Pertanyaan Umum**

1. Nasabah Bank BSI :
  - a. Ya
  - b. Tidak, (berhenti sampai disini)
2. Membuka rekening pada Bank BSI kurang lebih 3 bulan
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking*
  - a. Ya
  - b. Tidak (berhenti sampai disini)
4. Kapan terakhir kali menggunakan Aplikasi BSI *Mobile Banking*
  - a. < 1 bulan yang lalu
  - b. 2-3 bulan yang lalu
  - c. > 3 bulan yang lalu

**B. Identitas Responden**

1. Nama:
2. No telepon:
3. Jenis Kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
4. Usia :
  - a. 12 - 25 tahun
  - b. 25 - 40 tahun
  - c. 40 - 55 tahun
  - d. >55 tahun
5. Pekerjaan:
  - a. Pelajar
  - b. Mahasiswa
  - c. Pegawai Negeri
  - d. Pegawai Swasta

- ### C. Daftar Pertanyaan Kuesioner

Berilah tanggapan dengan memberikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dari masing-masing pertanyaan.

STS = Sangat tidak setuju

KS = Kurang Setuju

SS = Sangat setuju

### Persepsi kemudahan Penggunaan (X1)

| No.                      | Pernyataan                                                                                             | Keterangan |    |    |   |    |
|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----|----|---|----|
| Easy to learn            |                                                                                                        | STS        | TS | KS | S | SS |
| 1.                       | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> mudah dipelajari, mudah dimengerti dan tidak membingungkan nasabah. |            |    |    |   |    |
| Controllable             |                                                                                                        |            |    |    |   |    |
| 2.                       | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> dapat dikontrol dengan mudah oleh nasabah saat digunakan.           |            |    |    |   |    |
| Clear and Understandable |                                                                                                        |            |    |    |   |    |

|                         |                                                                                             |  |  |  |  |  |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 3.                      | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> jelas dan dapat dipahami oleh nasabah.                   |  |  |  |  |  |
| Flexible                |                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 4.                      | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dengan mudah kapanpun dan dimanapun      |  |  |  |  |  |
| Easy to become skillful |                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 5.                      | Mudah untuk mengembangkan keterampilan dalam menggunakan aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> |  |  |  |  |  |
| Easy to use             |                                                                                             |  |  |  |  |  |
| 6.                      | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> dapat digunakan dengan mudah untuk berbagai transaksi.   |  |  |  |  |  |

Menurut anda, bagaimana kemudahan dalam penggunaan aplikasi BSI *mobile banking* untuk bertransaksi keuangan?

### Persepsi Kebermanfaatan (X2)

(Davis, 1989)

| No.                   | Pernyataan                                                                                               | Keterangan |    |    |   |    |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----|----|---|----|
| Work more quickly     |                                                                                                          | STS        | TS | KS | S | SS |
| 1.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> mampu merespon dengan cepat saat melakukan transaksi.                 |            |    |    |   |    |
| Job performance       |                                                                                                          |            |    |    |   |    |
| 2.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> memberikan hasil yang akurat saat digunakan untuk berbagai transaksi. |            |    |    |   |    |
| Increase productivity |                                                                                                          |            |    |    |   |    |
| 3.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> bermanfaat untuk mendukung aktifitas keuangan nasabah.                |            |    |    |   |    |
| Effectiveness         |                                                                                                          |            |    |    |   |    |
| 4.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> dapat meningkatkan efektifitas nasabah ketika digunakan.              |            |    |    |   |    |
| Make job easier       |                                                                                                          |            |    |    |   |    |
| 5.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> membuat aktifitas keuangan nasabah menjadi lebih mudah.               |            |    |    |   |    |
| Useful                |                                                                                                          |            |    |    |   |    |
| 6.                    | Aplikasi <i>BSI Mobile Banking</i> memberikan berbagai macam manfaat untuk nasabah.                      |            |    |    |   |    |

Menurut anda, apa manfaat utama yang anda rasakan dalam menggunakan aplikasi BSI *mobile banking*?



**Kualitas Layanan (X3)**

(Kotler dan Keller dalam Ratu, 2020)

| No.         | Pernyataan                                                                                                                                | Keterangan |    |    |   |    |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----|----|---|----|
| Keandalan   |                                                                                                                                           | STS        | TS | KS | S | SS |
| 1.          | Aplikasi BSI <i>Mobile banking</i> memberikan layanan dengan performa yang stabil dan minim gangguan saat digunakan.                      |            |    |    |   |    |
| Ketanggapan |                                                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 2.          | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> menyediakan layanan pelanggan yang responsive dan membantu                                             |            |    |    |   |    |
| Jaminan     |                                                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 3.          | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> memberikan keamanan yang memadai dalam melindungi data informasi pribadi dan data finansial nasabahnya |            |    |    |   |    |
| Empati      |                                                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 4.          | Aplikasi BSI <i>Mobile banking</i> memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.                                                              |            |    |    |   |    |
| Wujud fisik |                                                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 5           | Aplikasi BSI <i>Mobile banking</i> memberikan bukti fisik yang memadai dalam meunjukkan kualitas layanan yang diberikan                   |            |    |    |   |    |

Bagaimana pendapat anda mengenai kualitas layanan terhadap nasabah yang diberikan oleh aplikasi BSI *mobile banking*?

**Kepercayaan (X4)**

| No.           | Pernyataan                                                                                                | Keterangan |    |    |   |    |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----|----|---|----|
| Kemampuan     |                                                                                                           | STS        | TS | KS | S | SS |
| 1.            | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> memiliki kemampuan untuk memberika layanan yang berkualitas.           |            |    |    |   |    |
| Kebaikan hati |                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 2.            | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> memberikan layanan yang responsive dan memperhatikan kebutuhan nasabah |            |    |    |   |    |
| Integritas    |                                                                                                           |            |    |    |   |    |
| 3.            | Aplikasi BSI <i>Mobile Banking</i> tidak melanggar privasi dan etika dalam penggunaan data para nasabah.  |            |    |    |   |    |

Bagaimana pendapat anda mengenai keamanan dan kenyamanan yang diberikan oleh aplikasi *BSI mobile banking* ketika digunakan?

**Intensitas penggunaan Aplikasi BSI Mobile Banking (Y)**

(Caturtami & Sumaryanti, 2021)

| No.         | Pernyataan                                                                                                      | Keterangan |    |    |   |    |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----|----|---|----|
| Perhatian   |                                                                                                                 | STS        | TS | KS | S | SS |
| 1.          | Saya sering menghabiskan waktu untuk mengeksplorasi fitur-fitur baru yang ada pada aplikasi BSI mobile banking? |            |    |    |   |    |
| Penghayatan |                                                                                                                 |            |    |    |   |    |
| 2.          | Saya sering terfokus saat menggunakan aplikasi BSI Mobile Banking                                               |            |    |    |   |    |
| Durasi      |                                                                                                                 |            |    |    |   |    |
| 3.          | Saya menggunakan aplikasi BSI Mobile Banking selama 2-5 kali dalam satu hari                                    |            |    |    |   |    |
| Frekuensi   |                                                                                                                 |            |    |    |   |    |
| 4.          | Saya cenderung menggunakan aplikasi BSI mobile banking lebih lama dari yang seharusnya.                         |            |    |    |   |    |
| 5.          | Saya sering melakukan transaksi keuangan dengan menggunakan aplikasi BSI Mobile Banking secara rutin            |            |    |    |   |    |
| 6.          | Saya sering menggunakan fitur pembayaran tagihan dan top up e-wallet melalui aplikasi BSI Mobile Banking        |            |    |    |   |    |
| 7.          | Saya sering menggunakan fitur transfer melalui aplikasi BSI Mobile Banking                                      |            |    |    |   |    |
| 8.          | Saya sering menggunakan fitur cek saldo dan mutasi rekening melalui aplikasi BSI Mobile Banking                 |            |    |    |   |    |
| 9.          | Saya sering menggunakan fitur bayar zakat, infaq, dan shodaqoh melalui aplikasi BSI Mobile Banking              |            |    |    |   |    |

**LAMPIRAN B**  
**DATA RESPONDEN**

| <b>Nasabah BSI</b> | <b>Membuka rekening pada Bank BSI kurang lebih 3 bulan</b> | <b>Menggunakan Aplikasi BSI Mobile Banking</b> | <b>Kapan terakhir kali menggunakan Aplikasi BSI Mobile Banking</b> | <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Usia</b> | <b>Pekerjaan</b> | <b>Pendidikan Terakhir</b> | <b>Pendapatan perbulan</b>  |
|--------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------|------------------|----------------------------|-----------------------------|
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | 2-3 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Mahasiswa        | SMA                        | < Rp. 1000.000              |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Lainnya          | S1                         | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | 2-3 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Mahasiswa        | Diploma 1-4                | < Rp. 1000.000              |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Lainnya          | S1                         | < Rp. 1000.000              |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | > 3 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Lainnya          | Diploma 1-4                | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Mahasiswa        | SMA                        | < Rp. 1000.000              |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Lainnya          | S1                         | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 25-40 Tahun | Mahasiswa        | SMA                        | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Mahasiswa        | S1                         | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta   | S1                         | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | < 1 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Mahasiswa        | SMA                        | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | 2-3 bulan yang lalu                                                | Perempuan            | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta   | SMA                        | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya                 | Ya                                                         | Ya                                             | > 3 bulan yang lalu                                                | Laki-laki            | 22-25       | Mahasiswa        | SMA                        | < Rp. 1000.000              |

|    |    |    |                     |           |             |           |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|-----------|-----|-----------------------------|
|    |    |    |                     |           | Tahun       |           |     |                             |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 25-40 Tahun | Mahasiswa | S1  | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |

|    |    |    |                     |           |             |                |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|----------------|-----|-----------------------------|
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 25-40 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 3000.000 –              |



|    |    |    |                     |           |             |                |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|----------------|-----|-----------------------------|
|    |    |    |                     |           | Tahun       |                |     | Rp. 5000.000                |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |

|    |    |    |                     |           |             |                |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|----------------|-----|-----------------------------|
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | > Rp. 5000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | > 3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 -              |

|    |    |    |                     |           |             |                |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|----------------|-----|-----------------------------|
|    |    |    |                     |           | Tahun       |                |     | Rp. 3000.000                |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | SMA | Rp. 3000.000 – Rp. 5000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Laki-laki | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | S1  | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Pegawai Swasta | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa      | SMA | < Rp. 1000.000              |

|    |    |    |                     |           |             |           |     |                             |
|----|----|----|---------------------|-----------|-------------|-----------|-----|-----------------------------|
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | S1  | Rp. 1000.000 - Rp. 3000.000 |
| Ya | Ya | Ya | 2-3 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |
| Ya | Ya | Ya | < 1 bulan yang lalu | Perempuan | 22-25 Tahun | Mahasiswa | SMA | < Rp. 1000.000              |

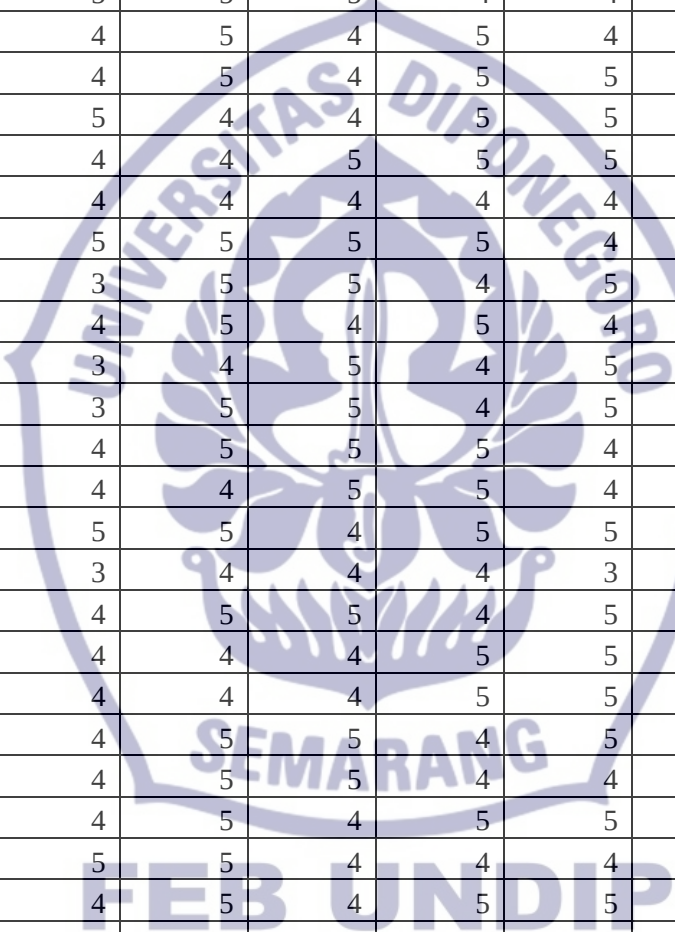


**LAMPIRAN C**  
**TABULASI DATA**

**Persepsi Kemudahan Penggunaan (X1)**

| PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X1) |      |      |      |      |      | TOTAL<br>X1 |
|------------------------------------|------|------|------|------|------|-------------|
| X1.1                               | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 |             |
| 2                                  | 3    | 4    | 5    | 4    | 5    | 23          |
| 3                                  | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 26          |
| 4                                  | 4    | 4    | 4    | 3    | 3    | 22          |
| 1                                  | 2    | 5    | 5    | 5    | 5    | 23          |
| 4                                  | 5    | 5    | 5    | 5    | 4    | 28          |
| 3                                  | 2    | 3    | 4    | 3    | 4    | 19          |
| 4                                  | 3    | 4    | 5    | 4    | 5    | 25          |
| 4                                  | 3    | 4    | 4    | 4    | 4    | 23          |
| 3                                  | 2    | 4    | 4    | 4    | 4    | 21          |
| 2                                  | 2    | 5    | 4    | 3    | 4    | 20          |
| 4                                  | 3    | 5    | 5    | 4    | 5    | 26          |
| 5                                  | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 28          |
| 5                                  | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 28          |
| 4                                  | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 25          |
| 4                                  | 3    | 4    | 5    | 4    | 4    | 24          |
| 4                                  | 3    | 4    | 4    | 5    | 5    | 25          |
| 2                                  | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 23          |
| 1                                  | 2    | 5    | 4    | 4    | 5    | 21          |
| 4                                  | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 26          |
| 5                                  | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 27          |
| 2                                  | 2    | 4    | 5    | 3    | 4    | 20          |
| 3                                  | 2    | 5    | 5    | 5    | 4    | 24          |
| 4                                  | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 25          |
| 4                                  | 5    | 5    | 5    | 4    | 4    | 27          |
| 5                                  | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 25          |
| 3                                  | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 25          |
| 4                                  | 2    | 4    | 4    | 3    | 2    | 19          |
| 3                                  | 2    | 5    | 4    | 5    | 5    | 24          |
| 5                                  | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 26          |
| 3                                  | 4    | 4    | 4    | 3    | 4    | 22          |
| 5                                  | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 29          |
| 2                                  | 2    | 4    | 4    | 3    | 4    | 19          |
| 5                                  | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 28          |
| 4                                  | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 26          |
| 4                                  | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 26          |





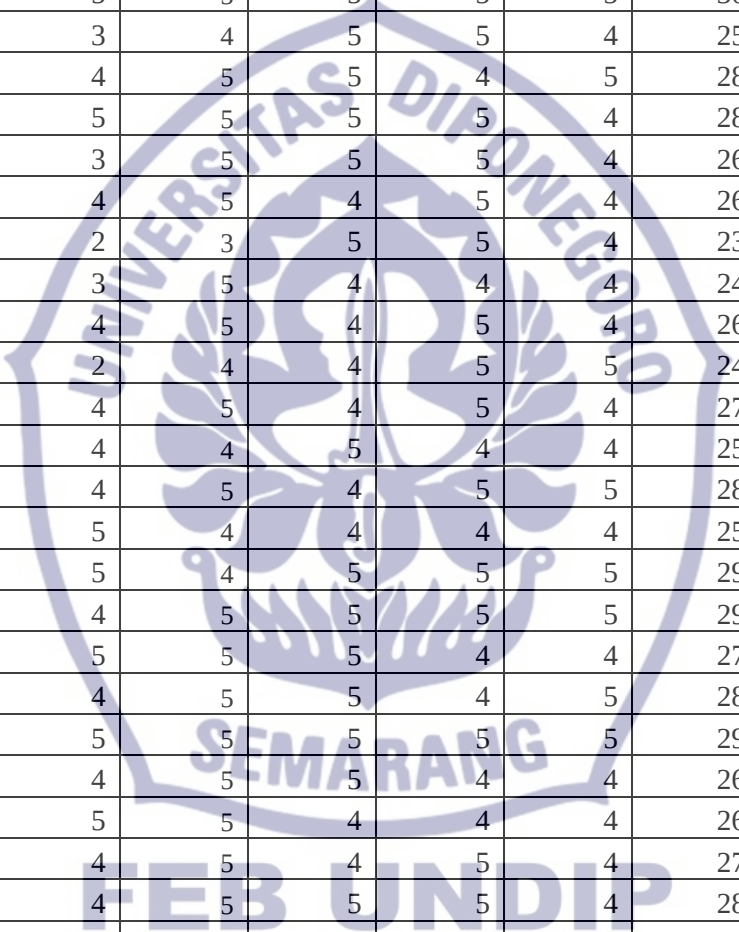
|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 23 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 19 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 29 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 27 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 28 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |

|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 26 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 29 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 25 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 25 |
| 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 17 |

SEMARANG  
FEB UNDIP

**Persepsi Kebermanfaatan (X2)**

| PERSEPSI KEBERMANFAATAN (X2) |      |      |      |      |      | TOTAL<br>X2 |
|------------------------------|------|------|------|------|------|-------------|
| X2.1                         | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 |             |
| 4                            | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 29          |
| 4                            | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 27          |
| 4                            | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 25          |
| 4                            | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 25          |
| 5                            | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 28          |
| 4                            | 4    | 4    | 4    | 5    | 5    | 26          |
| 5                            | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 29          |
| 4                            | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24          |
| 5                            | 4    | 4    | 3    | 4    | 5    | 25          |
| 3                            | 3    | 4    | 4    | 3    | 2    | 19          |
| 4                            | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 28          |
| 4                            | 4    | 5    | 5    | 5    | 4    | 27          |
| 5                            | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 28          |
| 5                            | 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 26          |
| 2                            | 4    | 3    | 4    | 5    | 5    | 23          |
| 5                            | 5    | 3    | 5    | 5    | 4    | 27          |
| 5                            | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30          |
| 4                            | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 28          |
| 5                            | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26          |
| 4                            | 5    | 4    | 3    | 4    | 5    | 25          |
| 5                            | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 24          |
| 5                            | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 29          |
| 5                            | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 28          |
| 5                            | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 26          |
| 4                            | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 24          |
| 4                            | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26          |
| 4                            | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 23          |
| 5                            | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 30          |
| 4                            | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 26          |
| 4                            | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 26          |
| 4                            | 5    | 4    | 5    | 5    | 5    | 28          |
| 3                            | 4    | 4    | 4    | 2    | 3    | 20          |
| 4                            | 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 27          |
| 5                            | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 26          |
| 5                            | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 28          |
| 4                            | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 25          |
| 4                            | 5    | 5    | 4    | 4    | 4    | 26          |
| 4                            | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 25          |



|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 26 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 24 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 28 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 29 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 28 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 25 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 2 | 1 | 2 | 3 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 28 |

|   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 28 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 24 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 29 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 27 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 20 |
| 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 22 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 27 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 26 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 26 |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 23 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 28 |





**Kualitas Layanan (X3)**

| KUALITAS LAYANAN (X3) |      |      |      |      | TOTAL<br>X3 |
|-----------------------|------|------|------|------|-------------|
| X3.1                  | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 |             |
| 4                     | 4    | 5    | 4    | 5    | 22          |
| 4                     | 5    | 4    | 5    | 5    | 23          |
| 3                     | 4    | 3    | 4    | 3    | 17          |
| 4                     | 4    | 3    | 4    | 4    | 19          |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 25          |
| 5                     | 5    | 4    | 5    | 5    | 24          |
| 3                     | 4    | 3    | 4    | 4    | 18          |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 1                     | 2    | 2    | 3    | 1    | 9           |
| 3                     | 3    | 3    | 3    | 3    | 15          |
| 4                     | 5    | 2    | 4    | 4    | 19          |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 25          |
| 4                     | 5    | 5    | 4    | 5    | 23          |
| 5                     | 5    | 4    | 4    | 5    | 23          |
| 4                     | 4    | 5    | 5    | 4    | 22          |
| 5                     | 4    | 4    | 3    | 4    | 20          |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 25          |
| 4                     | 4    | 5    | 5    | 5    | 23          |
| 4                     | 4    | 5    | 4    | 4    | 21          |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 5    | 22          |
| 5                     | 4    | 3    | 5    | 4    | 21          |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 25          |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 5    | 22          |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 5    | 22          |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 4                     | 4    | 5    | 5    | 4    | 22          |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 20          |
| 5                     | 5    | 5    | 5    | 5    | 25          |
| 4                     | 5    | 5    | 4    | 4    | 22          |
| 2                     | 3    | 3    | 4    | 4    | 16          |
| 4                     | 4    | 5    | 4    | 5    | 22          |
| 4                     | 4    | 4    | 4    | 3    | 19          |
| 5                     | 5    | 4    | 4    | 4    | 22          |
| 4                     | 5    | 4    | 5    | 4    | 22          |
| 4                     | 5    | 5    | 4    | 4    | 22          |
| 4                     | 4    | 4    | 5    | 5    | 22          |
| 3                     | 4    | 4    | 4    | 4    | 19          |
| 4                     | 5    | 3    | 5    | 4    | 21          |

|   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|----|
| 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 18 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 16 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 21 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 20 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 23 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 23 |

|   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 24 |
| 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 23 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 21 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 22 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 18 |
| 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 19 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 23 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 16 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 19 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 22 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 23 |



**Kepercayaan (X4)**

| KEPERCAYAAN (X4) |      |      | TOTAL<br>X4 |
|------------------|------|------|-------------|
| X4.1             | X4.2 | X4.3 |             |
| 2                | 3    | 5    | 10          |
| 4                | 4    | 5    | 13          |
| 4                | 4    | 4    | 12          |
| 1                | 2    | 3    | 6           |
| 5                | 5    | 5    | 15          |
| 3                | 4    | 5    | 12          |
| 4                | 3    | 3    | 10          |
| 4                | 3    | 4    | 11          |
| 2                | 2    | 4    | 8           |
| 2                | 2    | 3    | 7           |
| 3                | 2    | 4    | 9           |
| 5                | 4    | 5    | 14          |
| 5                | 5    | 5    | 15          |
| 4                | 4    | 4    | 12          |
| 4                | 3    | 4    | 11          |
| 3                | 3    | 4    | 10          |
| 3                | 3    | 5    | 11          |
| 4                | 3    | 4    | 11          |
| 4                | 4    | 5    | 13          |
| 5                | 5    | 4    | 14          |
| 2                | 2    | 3    | 7           |
| 3                | 2    | 5    | 10          |
| 4                | 4    | 5    | 13          |
| 5                | 5    | 5    | 15          |
| 5                | 4    | 4    | 13          |
| 3                | 2    | 4    | 9           |
| 4                | 2    | 4    | 10          |
| 3                | 2    | 5    | 10          |
| 5                | 4    | 4    | 13          |
| 3                | 2    | 3    | 8           |
| 5                | 5    | 5    | 15          |
| 2                | 3    | 4    | 9           |
| 5                | 5    | 4    | 14          |
| 4                | 4    | 4    | 12          |
| 5                | 4    | 4    | 13          |
| 5                | 5    | 5    | 15          |
| 2                | 3    | 4    | 9           |
| 3                | 4    | 5    | 12          |

|   |   |   |    |
|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 2 | 4 | 5 | 11 |
| 1 | 3 | 4 | 8  |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 3 | 4 | 5 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 2 | 3 | 4 | 9  |
| 3 | 3 | 3 | 9  |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 3 | 3 | 4 | 10 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 3 | 4 | 11 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 2 | 3 | 4 | 9  |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 5 | 4 | 5 | 14 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 3 | 4 | 5 | 12 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 2 | 2 | 5 | 9  |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 3 | 4 | 4 | 11 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 3 | 4 | 5 | 12 |



|   |   |   |    |
|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 3 | 3 | 5 | 11 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 5 | 5 | 4 | 14 |
| 2 | 3 | 4 | 9  |
| 4 | 4 | 4 | 12 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 2 | 2 | 4 | 8  |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 2 | 2 | 3 | 7  |
| 1 | 2 | 3 | 6  |
| 4 | 4 | 5 | 13 |
| 3 | 4 | 5 | 12 |
| 5 | 5 | 5 | 15 |
| 3 | 4 | 4 | 11 |
| 2 | 2 | 4 | 8  |



**Intensitas Penggunaan (Y)**

| INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI BSI MOBILE BANKING (Y) |     |     |     |     |     |     |     |     | TOTAL |
|-------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Y.1                                                   | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 | Y.9 | Y     |
| 3                                                     | 3   | 3   | 3   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 33    |
| 4                                                     | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 38    |
| 3                                                     | 3   | 3   | 4   | 3   | 3   | 3   | 4   | 3   | 29    |
| 3                                                     | 4   | 2   | 2   | 4   | 5   | 4   | 4   | 3   | 31    |
| 5                                                     | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 5   | 45    |
| 3                                                     | 5   | 2   | 1   | 3   | 5   | 5   | 5   | 5   | 34    |
| 2                                                     | 2   | 3   | 2   | 4   | 5   | 4   | 3   | 2   | 27    |
| 3                                                     | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 31    |
| 1                                                     | 2   | 1   | 2   | 3   | 1   | 3   | 2   | 3   | 18    |
| 2                                                     | 3   | 3   | 2   | 3   | 3   | 3   | 3   | 2   | 24    |
| 5                                                     | 3   | 1   | 1   | 2   | 1   | 4   | 4   | 1   | 22    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 3   | 5   | 3   | 36    |
| 4                                                     | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 40    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 38    |
| 3                                                     | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 34    |
| 3                                                     | 4   | 4   | 3   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 36    |
| 4                                                     | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 34    |
| 3                                                     | 1   | 2   | 2   | 3   | 4   | 3   | 4   | 4   | 26    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 40    |
| 4                                                     | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 2   | 37    |
| 5                                                     | 3   | 3   | 2   | 3   | 4   | 5   | 3   | 2   | 30    |
| 2                                                     | 3   | 4   | 2   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 29    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 5   | 4   | 40    |
| 4                                                     | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 41    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 36    |
| 3                                                     | 4   | 3   | 2   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 31    |
| 2                                                     | 4   | 4   | 2   | 4   | 3   | 4   | 5   | 2   | 30    |
| 5                                                     | 5   | 1   | 2   | 4   | 4   | 4   | 4   | 2   | 31    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 4   | 39    |
| 2                                                     | 3   | 2   | 2   | 4   | 5   | 4   | 4   | 2   | 28    |
| 5                                                     | 4   | 5   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 40    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 35    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 40    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 5   | 4   | 4   | 4   | 5   | 38    |
| 4                                                     | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 5   | 5   | 5   | 42    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 39    |
| 3                                                     | 4   | 3   | 3   | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 33    |
| 4                                                     | 5   | 5   | 3   | 4   | 4   | 5   | 3   | 4   | 37    |
| 3                                                     | 4   | 3   | 4   | 4   | 5   | 5   | 5   | 4   | 37    |
| 4                                                     | 4   | 4   | 4   | 4   | 4   | 5   | 5   | 4   | 38    |
| 2                                                     | 4   | 2   | 1   | 4   | 3   | 5   | 5   | 3   | 29    |
| 5                                                     | 4   | 4   | 5   | 4   | 5   | 4   | 4   | 5   | 40    |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 33 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 39 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 41 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 28 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 42 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 37 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| 5 | 4 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 43 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 43 |
| 3 | 5 | 3 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 1 | 30 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 42 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 40 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 42 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 35 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |    |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 40 |
| 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 40 |
| 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 28 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 41 |
| 5 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 30 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 27 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 38 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 41 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 32 |



**LAMPIRAN D**  
**HASIL OLAH DATA SPSS**

**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN  
PENGUNAAN (X1)**

**Correlations**

|                                     |                        | X1.1   | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1.6   | Persepsi<br>Kemudahan<br>penggunaan |
|-------------------------------------|------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------------------------|
| X1.1                                | Pearson<br>Correlation | 1      | .755** | .140   | .232*  | .296** | -.015  | .789**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        |        | .000   | .164   | .020   | .003   | .882   | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| X1.2                                | Pearson<br>Correlation | .755** | 1      | .294** | .291** | .355** | .105   | .858**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .000   |        | .003   | .003   | .000   | .299   | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| X1.3                                | Pearson<br>Correlation | .140   | .294** | 1      | .129   | .202*  | .205*  | .484**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .164   | .003   |        | .203   | .043   | .041   | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| X1.4                                | Pearson<br>Correlation | .232*  | .291** | .129   | 1      | .036   | .204*  | .460**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .020   | .003   | .203   |        | .723   | .041   | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| X1.5                                | Pearson<br>Correlation | .296** | .355** | .202*  | .036   | 1      | .309** | .566**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .003   | .000   | .043   | .723   |        | .002   | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| X1.6                                | Pearson<br>Correlation | -.015  | .105   | .205*  | .204*  | .309** | 1      | .387**                              |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .882   | .299   | .041   | .041   | .002   |        | .000                                |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |
| Persepsi<br>Kemudahan<br>penggunaan | Pearson<br>Correlation | .789** | .858** | .484** | .460** | .566** | .387** | 1                                   |
|                                     | Sig. (2-tailed)        | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                                     |
|                                     | N                      | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                                 |

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

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



## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PERSEPSI KEBERMANFAATAN (X2)

### Correlations

|                         |                     | X2.1   | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2.6   | Persepsi Kebermanfaatan |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------------|
| X2.1                    | Pearson Correlation | 1      | .339** | .338** | .146   | .283** | .264** | .646**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     |        | .001   | .001   | .148   | .004   | .008   | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| X2.2                    | Pearson Correlation | .339** | 1      | .379** | .214*  | .118   | .180   | .666**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .001   |        | .000   | .033   | .244   | .073   | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| X2.3                    | Pearson Correlation | .338** | .379** | 1      | .264** | .218*  | .085   | .636**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   |        | .008   | .030   | .399   | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| X2.4                    | Pearson Correlation | .146   | .214*  | .264** | 1      | .332** | .203*  | .578**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .148   | .033   | .008   |        | .001   | .043   | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| X2.5                    | Pearson Correlation | .283** | .118   | .218*  | .332** | 1      | .365** | .597**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .004   | .244   | .030   | .001   |        | .000   | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| X2.6                    | Pearson Correlation | .264** | .180   | .085   | .203*  | .365** | 1      | .533**                  |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .008   | .073   | .399   | .043   | .000   |        | .000                    |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |
| Persepsi_Kebermanfaatan | Pearson Correlation | .646** | .666** | .636** | .578** | .597** | .533** | 1                       |
|                         | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                         |
|                         | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                     |

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

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

### HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PERSEPSI KUALITAS LAYANAN (X3)

Correlations

|                  |                     | X3.1   | X3.2   | X3.3   | X3.4   | X3.5   | Kualitas Layanan |
|------------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| X3.1             | Pearson Correlation | 1      | .477** | .550** | .335** | .435** | .806**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .001   | .000   | .000             |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| X3.2             | Pearson Correlation | .477** | 1      | .326** | .333** | .351** | .685**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .001   | .001   | .000   | .000             |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| X3.3             | Pearson Correlation | .550** | .326** | 1      | .200*  | .378** | .725**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .000   | .001   |        | .046   | .000   | .000             |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| X3.4             | Pearson Correlation | .335** | .333** | .200*  | 1      | .332** | .600**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .001   | .001   | .046   |        | .001   | .000             |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| X3.5             | Pearson Correlation | .435** | .351** | .378** | .332** | 1      | .705**           |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .001   |        | .000             |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |
| Kualitas Layanan | Pearson Correlation | .806** | .685** | .725** | .600** | .705** | 1                |
|                  | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                  |
|                  | N                   | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100              |

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

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

### HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL PERSEPSI KEPERCAYAAN (X4)

Correlations

|             |                     | X4.1   | X4.2   | X4.3   | Kepercayaan |
|-------------|---------------------|--------|--------|--------|-------------|
| X4.1        | Pearson Correlation | 1      | .802** | .342** | .910**      |
|             | Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .001   | .000        |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X4.2        | Pearson Correlation | .802** | 1      | .456** | .930**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .000   | .000        |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100         |
| X4.3        | Pearson Correlation | .342** | .456** | 1      | .629**      |
|             | Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   |        | .000        |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100         |
| Kepercayaan | Pearson Correlation | .910** | .930** | .629** | 1           |
|             | Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   |             |
|             | N                   | 100    | 100    | 100    | 100         |

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

### HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL INTENSITAS PENGGUNAAN (Y)

|                          |                                                    | Correlations |        |        |        |        |        |        |        |        |                          |
|--------------------------|----------------------------------------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
|                          |                                                    | Y.1          | Y.2    | Y.3    | Y.4    | Y.5    | Y.6    | Y.7    | Y.8    | Y.9    | Intensitas<br>Penggunaan |
| Y.1                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | 1            | .378** | .454** | .564** | .377** | .314** | .438** | .270** | .434** | .694**                   |
|                          |                                                    |              | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .007   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.2                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .378**       | 1      | .482** | .483** | .387** | .385** | .340** | .357** | .413** | .679**                   |
|                          |                                                    | .000         |        | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.3                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .454**       | .482** | 1      | .707** | .539** | .398** | .328** | .206*  | .526** | .783**                   |
|                          |                                                    | .000         | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .001   | .040   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.4                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .564**       | .483** | .707** | 1      | .564** | .492** | .268** | .335** | .585** | .838**                   |
|                          |                                                    | .000         | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .007   | .001   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.5                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .377**       | .387** | .539** | .564** | 1      | .420** | .388** | .278** | .421** | .691**                   |
|                          |                                                    | .000         | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .005   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.6                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .314**       | .385** | .398** | .492** | .420** | 1      | .398** | .415** | .442** | .671**                   |
|                          |                                                    | .001         | .000   | .000   | .000   | .000   |        | .000   | .000   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.7                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .438**       | .340** | .328** | .268** | .388** | .398** | 1      | .316** | .346** | .577**                   |
|                          |                                                    | .000         | .001   | .001   | .007   | .000   | .000   |        | .001   | .000   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.8                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .270**       | .357** | .206*  | .335** | .278** | .415** | .316** | 1      | .192   | .496**                   |
|                          |                                                    | .007         | .000   | .040   | .001   | .005   | .000   | .001   |        | .056   | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Y.9                      | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .434**       | .413** | .526** | .585** | .421** | .442** | .346** | .192   | 1      | .733**                   |
|                          |                                                    | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .056   |        | .000                     |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |
| Intensitas<br>Penggunaan | Pearson<br>Correlation<br>Sig. (2-<br>tailed)<br>N | .694**       | .679** | .783** | .838** | .691** | .671** | .577** | .496** | .733** | 1                        |
|                          |                                                    | .000         | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                          |
|                          |                                                    | 100          | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100    | 100                      |

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

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

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN (X1)

Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .664             | 6          |

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL PERSEPSI KEBERMANFAATAN (X2)

Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .660             | 6          |

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X3)

Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .748             | 5          |

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPERCAYAAN (X4)

Case Processing Summary

|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .777             | 3          |

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

### HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL INTENSITAS PENGGUNAAN (Y)

Case Processing Summary

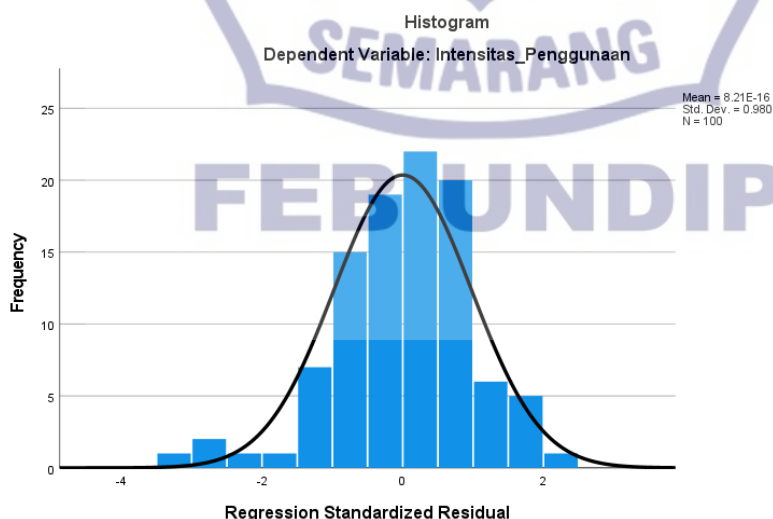
|       |                       | N   | %     |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid                 | 100 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0   | .0    |
|       | Total                 | 100 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .861             | 9          |

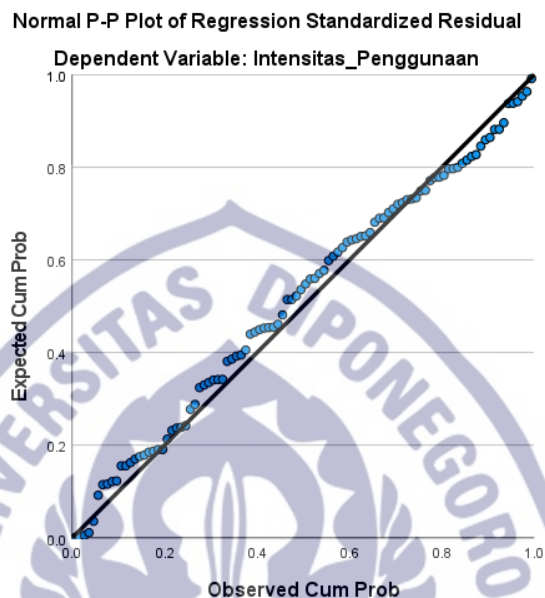
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### HASIL DETEKSI NORMALITAS MENGGUNAKAN HISTOGRAM





## HASIL DETEKSI NORMALITAS MENGGUNAKAN P-PLOT OF REGRESSION



## HASIL DETEKSI NORMALITAS MENGGUNAKAN KOLMOGOROV-SMIRNOV

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                     |                | Unstandardized Residual |
|-------------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                   |                | 100                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>    | Mean           | .0000000                |
|                                     | Std. Deviation | 2.97933950              |
| Most Extreme Differences            | Absolute       | .059                    |
|                                     | Positive       | .048                    |
|                                     | Negative       | -.059                   |
| Test Statistic                      |                | .059                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup> |                | .200 <sup>d</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

## HASIL DETEKSI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients<sup>a</sup>

| Model                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                               | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)                  | 4.576                       | 3.924      |                           | 1.166  | .246 |                         |       |
| Persepsi Kemudahan penggunaan | .428                        | .165       | .229                      | 2.599  | .011 | .425                    | 2.356 |
| Persepsi Kebermanfaatan       | -.331                       | .139       | -.155                     | -2.382 | .019 | .775                    | 1.290 |
| Kualitas Layanan              | .885                        | .166       | .398                      | 5.332  | .000 | .590                    | 1.695 |
| Kepercayaan                   | .942                        | .219       | .403                      | 4.294  | .000 | .372                    | 2.687 |

a. Dependent Variable: Intensitas Penggunaan

## HASIL DETEKSI HETEROSKEDASTISITAS MENGGUNAKAN GRAFIK SCATTERPLOT

