BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reabilitas pada *Corrected Item-Total Correlation* dan *Conbrach's Alpha* bahwa seluruh item variabel Pengetahuan teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.14 keputusan uji normalitas data yang diperoleh nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,673 dimana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data variabel pengetahuan berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,158 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10 sehingga variabel pengetahuan terbebas dari asumsi klasik. Sedangkan pada gambar 4.5 uji Heteroskedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu sehingga data dari variabel pengetahuan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hubungan pengaruh kualitas pengetahuan bernilai positif yaitu sebesar 0,322 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel Pengetahuan akan meningkatkan nilai pada minat mahasiswa penggunaan layanan mobile banking sebesar 0,322 dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking. Terbukti dari hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,594 sedangkan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,662. Sehingga perbandingannya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,594 >1,662). Untuk taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking.

Pengertian pengetahuan menurut Notoadmodjo adalah hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap objek melalui indera yang dimilikinya. Menurut Notoatmodjo, Pengetahuan seseorang terhadap objek mempunyai intensitas atau tingkat yang berbeda beda. Secara garis besarnya diartikan apabila orang yang telah memahami objek yang dimaksud dapat menggunakan atau mengaplikasikan prinsip yang diketahui tersebut pada situasi yang lain.[76]

Berdasarkan pengertian tentang pengetahuan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dalam menggunakan layanan mobile banking, nasabah perlu mengetahui tentang karateristik layanan tersebut, apabila nasabah kurang mengetahui informasi mengenai karakteristik layanan tersebut maka dapat mengalami kesalahan dalam mengambil keputusan untuk menggunakannya. Dalam hal ini *customer service* memegang peranan penting dalam suatu layanan, termasuk salah satunya adalah layanan mobile banking. Dalam

[76] Soekidjo, Notoadmodjo, *Metode Penelitian kesehatan*, edisi revisi, (Jakarta, Rinneka cipta, 2010) hal 108

kedudukannnya sebagai *centre and contract point* antar bank dan nasabah, *customer service* haruslah mengetahui secara umum dan luas bentuk-bentuk pelayanan jasa maupun produk-produk bank, serta mampu menjelaskan dan menginformasikan terkait layanan tersebut. Dengan demikian, nasabah akan mengetahui layanan mobile banking. Ketika nasabah paham akan karakteristik dan manfaat layanan mobile banking maka nasabah akan terus menggunakan layanan mobile banking. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung yaitu menyatakan bahwa pengetahuan mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan mobile banking.

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Fadhilatul Fitri tentang Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu *E-Banking* terhadap minat bertransaksi online. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan nasabah memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara online, artinya semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah terkait layanan e banking maka semakin tinggi minat transaksi ulang secara online yang dilakukan oleh nasabah tersebut.[77]

[77] Fadhilatul Fitri, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking terhadap minat bertransaksi online*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2016).

B. Pengaruh Teknologi terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel teknologi mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reabilitas pada *Corrected Item-Total Correlation* dan *Conbrach's Alpha* bahwa seluruh item variabel Pengetahuan teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.14 keputusan uji normalitas data yang diperoleh nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,673 dimana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data variabel teknologi berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,143 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10 sehingga variabel teknologi terbebas dari asumsi klasik. Sedangkan pada gambar 4.5 uji Heteroskedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu sehingga data dari variabel teknologi tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hubungan pengaruh kualitas teknologi bernilai positif yaitu sebesar 0,363 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel Teknologi akan meningkatkan nilai pada minat mahasiswa penggunaan layanan mobile banking sebesar 0,363 dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile

banking. Terbukti dari hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,730 sedangkan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,662. Sehingga perbandingannya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (5,730 >1,662). Untuk taraf signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking.

Teknologi adalah pengetahuan atau ilmu mengenai teknik. Sedangkan pengertian informasi adalah penggunaan teknologi, seperti komputer, elektronik, dan teknik komunikasi untuk mengolah dan mendistribusikan informasi dalam bentuk digital. Teknologi informasi tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang digunakan untuk memproses dan menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi. Secara lebih umum, Lucas menyatakan bahwa teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik.[78]

Teori Davis (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerja. Sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM), penggunaan sistem (*actual system usage*) paling dipengaruhi oleh minat untuk menggunakan (*behavioral intentions toward usage*). Behavioral *intentions toward usage* dipengaruhi oleh dua kepercayaan, yaitu persepsi pengguna

[78] Lucas, H.C., Jr. *Information Technology and the Productivity Paradox: Assessing the Value of Investing in IT*. New York: Oxford University Press, 1999.hal 117

terhadap manfaat (*perceived usefulness*) dan persepsi pengguna terhadap kemudahan (*perceived ease of use*). *Perceived usefulness* atau persepsi pengguna terhadap manfaat diartikan sebagai tingkat dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya.[79]

Berdasarkan definisi diatas persepsi teknologi informasi merupakan suatu proses dimana seseorang akan merasakan kemudahan dalam menggunakan teknologi informasi komputer dalam bentuk digital.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Supriyadi tentang Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Purworejo.[80] Penelitian tersebut menyatakan persepsi teknologi informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking. Jadi hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung yaitu menyatakan bahwa teknologi berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan mobile banking.

---

[79] Gilang Rizky Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet banking,* 2010, pada https://core.ac.uk/download/pdf/11721606.pdf, hal. 14, diakses 19 Desember 2015.

[80] Supriyadi. 2013. *Pengaruh persepsi teknologi informasi, kemudahan penggunaan, risiko dan fitur layanan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking*. Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Purworejo. (Purworejo: Skripsi tidak diterbitkan, 2013)

C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung.

Berdasarkan pada penelitian di lapangan, dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking. Sebagaimana yang sudah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada uji validitas dan reabilitas pada *Corrected Item-Total Correlation* dan *Conbrach's Alpha* bahwa seluruh item variabel Kepercayaan teruji valid dan reliabel. Pada tabel 4.14 keputusan uji normalitas data yang diperoleh nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,673 dimana nilai tersebut lebih besar dari taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, maka data variabel kepercayaan berdistribusi normal.

Pada uji Multikolinieritas diketahui bahwa nilai dari *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,016 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 10 sehingga variabel teknologi terbebas dari asumsi klasik. Sedangkan pada gambar 4.5 uji Heteroskedastisitas tidak membentuk sebuah pola tertentu sehingga data dari variabel kepercayaan tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Hubungan pengaruh sikap kepercayaan bernilai positif yaitu sebesar 0,163 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel Kepercayaan akan meningkatkan nilai pada minat mahasiswa penggunaan layanan mobile banking sebesar 0,163 dan sebaliknya, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lainnya tetap.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile

banking. Terbukti dari hasil uji t dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,095 sedangkan nilai t_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 sebesar 1,662. Sehingga perbandingannya adalah $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,095 >1,662). Untuk taraf signifikan sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05 (0,003 < 0,05), maka H_0 ditolak yang berarti variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking.

Dasar terciptanya hubungan jangka panjang (loyalitas pelanggan/nasabah) terletak pada kepercayaan antara nasabah dengan pihak bank. Hubungan paradigma yang didasari oleh kepercayaan ini sangat penting dalam dunia perbankan. Kepercayaan menurut Ballester dan Alleman merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan nasabah dengan bank.[81] Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era *e-banking* (mobile banking) pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap ekselensi jasa *online.* Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung yaitu menyatakan bahwa sikap kepercayaan mahasiswa berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan mobile banking.

[81] Ferrinadewi, *Analisa Pengaruh Brand Image, Brand Trust, and Economic Benefit terhadap Niat Pembelian Polis Asuransi* (PT Seqislife: Surabaya, *Vol. 2,* 2014). Hal 76

Hasil dari penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu dari Ikhsan Toga Kharismawan, tentang Pengaruh Kemudahan Penggunaan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara *E- Banking.*[82] Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa variabel kepercayaan pelanggan berpengaruh paling besar terhadap minat bertransaksi ulang secara e-banking dan pengaruhnya bersifat positif sebesar 0,398 Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh nasabah, maka semakin tinggi pula minat transaksi ulang secara online.

Jadi, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, sehingga dapat diterima atau dengan kata lain kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan layanan mobile banking pada mahasiswa perbankan syariah di IAIN Tulungagung. Artinya semakin tinggi kepercayaan mahasiswa mengenai layanan mobile banking maka akan semakin tinggi pula mahasiswa berminat penggunaan layanan mobile banking.

D. Pengaruh Pengetahuan, Teknologi dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Mobile Banking pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian data menunjukan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pengetahuan, teknologi dan kepercayaan secara

[82]Ikhsan Toga Kharismawan, *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kenyamanan Akestabilitas, Keamanan Penggunaan dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara E-Banking, Diponegoro Journal Of Management*, (Vol. 5, No. 1, 2016), (Diponegoro: Jurnal tidak diterbitkan, 2016).

bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan mobile banking.

Teori, minat adalah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi obyek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang. Dalam batasan tersebut terkandung suatu pengertian bahwa didalam minat ada pemusatan perhatian subjek, ada usaha dari subjek yang dilakukan dengan perasaan senang, ada daya penarik dari objek.[83] Berdasarkan teori, penelitian ini sejalan, bahwa minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking akan timbul karena ada perasaan senang akibat pelayanan yang diberikan pihak perbankan yang begitu baik dan memuaskan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fadhilatul Fitri[84] dan Amijaya[85], yang menyatakan bahwa pengetahuan, teknologi dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking.

Berdasarkan hasil uji statistik, keempat variabel yaitu pengetahuan, teknologi dan kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam menggunakan layanan mobile banking, dimana variabel teknologi mempunyai pengaruh paling besar terhadap minat mahasiswa dalam penggunaan layanan mobile banking dibanding dengan variabel yang lain. Hal

---

[83] Abdul Rahman Shaleh dan Muhbib Abdul Wahab, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam,* (Jakarta: Kencana, 2014), hal. 262.

[84] Fadhilatul Fitri, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking terhadap minat bertransaksi online*, (Lampung: Skripsi tidak diterbitkan, 2016).

[85] Gilang Rizky Amijaya, *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi*,….

tersebut dapat dilihat dari tabel *coefficients* dalam nilai Beta yang menunjukkan bahwa variabel teknologi memiliki angka paling besar yaitu sebesar 0,438. Selain itu dikarnakan nasabah percaya terhadap keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah. Keamanan berarti penggunaan sistem ini aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil dan risiko pencurian rendah.