BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Berdasarkan dari pengujian data yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa pada variabel pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Nilai Sig pada variabel pengetahuan lebih besar dari α maka H_0 diterima H_1 ditolak sehingga variabel pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan negatif antara pengetahuan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, artinya setiap penambahan pada variabel pengetahuan, akan menurunkan nilai minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Hal ini menunjukkan bahwa walaupun mahasiswa mengetahui layanan *mobile banking* namun sedikit yang berminat untuk bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

Berdasarkan hasil pengamatan bahwa pada variabel pengetahuan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, artinya pengetahuan tidak

memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah, karena sikap mahasiswa yang tidak memperdulikan atau tidak terlalu mau tau tentang bertransaksi menggunakan *mobile banking* bank syariah serta masih rendahnya keinginan, dan kesadaran mahasiswa untuk bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Sehingga pihak perbankan perlu mensosialisasikan tentang pengetahuan layanan *mobile banking* bank syariah kepada nasabah baru ataupun lama khususnya mahasiswa serta pihak perbankan syariah harus menjelaskan secara detail mengenai cara registrasi, cara menggunakan layanan *mobile banking,* fitur-fitur apa saja yang ada pada layanan *mobile banking,* serta biaya administrasi yang dibebankan pihak bank kepada nasabah. Dari faktor latar belakang responden yang merupakan mahasiswa dinilai sebagai kelompok yang mudah menerima penerapan sebuah inovasi teknologi, seperti layanan *mobile banking.* Oleh karena itu, dengan adanya tingkat pengetahuan yang baik maka seorang individu akan semakin yakin untuk menggunakan suatu sistem layanan tersebut.[1]

Pengetahuan didefinisikan sebagai perubahan dalam perilaku individu berdasarkan pengalaman. Menurut Mowen, pengetahuan konsumen *(consumer knowledge)* didefinisikan sebagai sejumlah pengalaman dengan informasi tentang produk dan jasa tertentu yang dimiliki seseorang. [2] Seorang konsumen memiliki tingkat pengetahuan yang berbeda-beda, yang

[1] Hanif Astika Kurniawati, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi,* (Jember: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal. 71

[2] John C. Mowen dan Michael Minor, *Perilaku Konsumen Jilid I,* (Jakarta:Erlangga, 2002), hal.135

dapat digunakan untuk menerjemahkan informasi dan mengambil keputusan. Adanya peningkatan pengetahuan konsumen dapat memungkinkan bagi konsumen untuk dapat membuat perbedaan diantara berbagai merek-merek lainnya.

Hasil penelitian ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Fitri yang menyimpulkan bahwa pengetahuan nasabah tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat bertransaksi *online*, karena ada beberapa nasabah yang tidak mau tau tentang bertransaksi *online* pada PT BNI Syariah Medan. Pengetahuan nasabah merupakan langkah utama yang harus diperhatikan oleh bank syariah untuk memperoleh nasabah baru oleh karena itu, pihak bank harus memberitahukan layanan terbaru kepada masyarakat agar masyarakat mau menggunakan layanan tersebut. Ketika seseorang telah mengetahui layanan produk dari suatu bank maka seorang nasabah akan semakin yakin menggunakan produk tersebut dalam hal ini khususnya layanan transaksi *online*. Maka dari itu, pengetahuan sangat dibutuhkan untuk menerima atau menolak layanan yang ditawarkan oleh bank syariah.[3]

Penelitian yang dilakukan oleh Luluk menyimpulkan bahwa kesadaran dan pengetahuan yang dimiliki oleh nasabah akan elektronik *banking* sangat mempengaruhi kesuksesan produk yang sedang dikembangkan oleh pihak perbankan. Semakin banyak masyarakat (nasabah) yang mengetahui manfaat dari teknologi elektronik *banking* ini,

[3] Fadhilatul Fitri, *Pengaruh Pengetahuan Nasabah, Teknologi Informasi, Kepercayaan dan Mutu E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Online (Studi Kasus Nasabah BNI Syariah Medan)*, (Medan: Tesis Tidak Diterbitkan, 2016), hal. 129

maka dapat dipastikan penggunaan akan produk *e-banking* juga akan terus meningkat.[4] Nasabah perlu mengetahui karakteristik layanan tersebut apabila kurang mengetahui informasi mengenai karakteristik layanan tersebut maka dapat mengalami kesalahan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan layanan tersebut.[5]

Jadi, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan pengetahuan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah. Artinya pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah karena sikap mahasiswa yang tidak memperdulikan atau tidak terlalu mau tau tentang bertransaksi menggunakan *mobile banking* bank syariah serta masih rendahnya keinginan dan kesadaran mahasiswa untuk bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

---

[4] Ani Luluk Mauludiyah dan Nur Diana, *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Kantor Kas Universitas Islam Malang*, Jurnal Akuntansi, Vol. 07 No. 07 2018, hal. 109

[5] Azizah Khoirun Nisa, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Bni Syariah Kc Tanjungkarang),* (Lampung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 124

B. Pengaruh Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Berdasarkan dari pengujian data yang telah dilakukan dapat diketahui persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Kemudian diperoleh nilai Sig lebih kurang dari α maka H_0 ditolak H_1 diterima sehingga persepsi manfaat berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara persepsi manfaat terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, artinya setiap penambahan pada variabel persepsi manfaat, akan menambah nilai minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Signifikan disini menunjukkan tinggi rendahnya persepsi manfaat memberikan pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Kepercayaan akan manfaat yang diperoleh dari layanan *mobile banking* menjadi pertimbangan bagi mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, karena seorang individu akan menggunakan suatu layanan teknologi apabila dapat mendatangkan manfaat bagi penggunanya. Hal yang dirasa mahasiswa memberi kesan manfaat bagi individu seperti mudah mengaksesnya, dapat melakukan transaksi dimanapun serta kapanpun, dan kemampuan biaya yang memadai. Sehingga mahasiswa dapat merasakan kesan manfaat dari

suatu layanan *mobile banking* bank syariah apabila sudah memahami karakteristik dan mengetahui bagaimana cara mengaplikasikan layanan *mobile banking* dengan benar, sehingga manfaat yang dapat dirasakan oleh setiap individu tentunya akan berbeda-beda dan tergantung dari seberapa besar individu tersebut mampu untuk mengoperasikan dan memanfaatkan teknologi tersebut. Manfaat yang dirasakan mahasiswa adanya layanan *mobile banking* bank syariah mampu mempengaruhi minat menggunakan layanan *mobile banking*, yang kemudian mahasiswa akan menentukan kembali untuk menggunakan layanan *mobile banking* tersebut.

Kepercayaan sangat penting bagi perkembangan perbankan syariah karena merupakan salah satu upaya dalam percepatan pertumbuhan ekonomi yakni dengan perbaikan disektor keuangan, pelayanan melalui perluasan akses dalam penyediaan layanan *mobile banking*. Oleh karena itu, *mobile banking* yang dikeluarkan oleh perbankan sangat penting untuk menunjang kelancaran transaksi guna memenuhi kebutuhan masyarakat agar lebih cepat dan mempermudah untuk melakukan kegiatan dalam perbankan seperti transfer, cek saldo, dan lain sebagainya.[6] Dengan adanya keinginan mahasiswa untuk meningkatkan efektivitas kinerja dengan kemudahan penggunaan *mobile banking*, menjadikan *mobile banking* seperti sebuah kebutuhan untuk melakukan transaksi perbankan.[7] Hal ini

[6] H. Djohar Arifin, *Pengaruh Internet Banking Terhadap Tingkat Kepercayaan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KCP Arjawinangun*, Jurnal Al-Amwal Vol. 8 No. 2 2016, hal. 539

[7] Hanif Astika Kurniawati, *Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi*, (Jember: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2015), hal.73

menunjukkan segala kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa otomatis akan meningkatkan kepercayaan untuk menambah keinginan mahasiswa menggunakan *mobile banking*, sebagai cara untuk mempermudah dalam tugas perbankan.

Menurut Jogiyanto persepsi manfaat penggunaan merupakan kepercayaan seorang individu terhadap penggunaaan suatu teknologi dan beranggapan bahwa adanya teknologi dapat meningkatkan kinerjanya menjadi lebih efektif.[8] Seorang individu akan berminat untuk menggunakan suatu sistem, apabila sistem tersebut dapat memberikan kemudahan dan tidak memberatkan penggunanya.[9]

Tingkatan kepercayaan seseorang bahwa suatu penggunaan teknologi tertentu akan meningkatkan prestasi kerja individu tersebut, sehingga semakin banyak manfaat yang dapat dirasakan oleh konsumen maka dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan sistem tersebut.[10] Apabila nasabah percaya bahwa pihak perbankan mampu mengelola dana mereka dengan baik tanpa harus mengurangi kemudahan nasabah dalam melakukan transaksi digital, maka penggunaan adopsi *e-banking* oleh nasabah dapat dipastikan meningkat.[11] Oleh karena itu, perlu kiranya pihak

---

[8] Jogiyanto, *Sistem Teknologi Informasi Edisi III*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hal. 114
[9] Nisa Ayu Purwati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*……hal. 61
[10] Wanandi Yoso Hanur Cahyo, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Keamanan*….hal. 117
[11] Ani Luluk Mauludiyah dan Nur Diana, *Pengaruh Kepercayaan, Keamanan….,* hal. 108

perbankan selalu menambahkan fitur-fitur baru yang dapat memenuhi segala kebutuhan nasabah untuk melakukan transaksi secara *online*.[12]

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Adamson dan Shine yang menyebutkan bahwa hasil riset-riset empiris menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan faktor yang cukup kuat mempengaruhi penerimaan, adopsi dan penggunaan sistem oleh pengguna, sehingga dirasa mampu meningkatkan kinerja dan mengefisiensi waktu bagi individu tersebut.[13] Semakin sering sistem tersebut digunakan menunjukkan bahwa sistem tersebut lebih mudah dioperasikan dan lebih mudah digunakan oleh penggunanya.[14]

Penelitian didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wulandari menyimpulkan bahwa manfaat yang diperoleh selain kemudahan dan kenyamanan penggunaan *mobile banking* juga dapat menghemat waktu penggunanya. Karena pengguna *mobile banking* tidak perlu repot-repot menghabiskan waktu untuk ke atm ataupun bank dan mengantri. Selain itu nasabah lebih leluasa dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi. Kendali yang penuh dalam melakukan transaksi juga menjadikan nasabah bebas untuk melakukan transaksi keuangan ditelepon selulernya tanpa harus menghabiskan waktu pergi ke kantor bank terdekat ataupun atm

---

[12] Bambang Setiyo Pambudi, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI),* Jurnal Studi Manajemen Vol.8 No.1 2014, hal. 9

[13] I. Adamson and J. Shine, *Extending The New Technology Acceptance* .....page. 441-455

[14] Ni Luh Putu Eka Puspa Dewi, dkk, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan E-Banking Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha,* Jurnal Akuntansi Program S1, Vol.7 No.1 2017, hal.7

dan mengantri hanya sekedar untuk membayar tagihan atau bertransaksi lainnya. Kecuali apabila nasabah ingin melakukan tarik tunai, maka nasabah harus datang ke kantor cabang ataupun melalui atm.[15]

Selain itu, hasil penelitian ini didukung oleh Novitasari dengan judul "Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Resiko Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Di Surakarta" .Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi manfaat yang dirasakan dan didapatkan oleh nasabah maka akan berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan *mobile banking*.[16] Penelitian Reipita Sari dengan judul "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan *Computer Self Efficacy* Terhadap Penggunaan *E-Banking* Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kebermanfaatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *e-banking* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. [17] Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Sakina dengan judul "Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile Banking* Bank

---

[15] Dwitya Pratiwi Wulandari, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Untuk Bertransaksi Menggunakan Fasilitas Mobile Banking (Studi Pada PT Bank Syariah Mandiri KC Lubuk Pakam)*, (Sumatera Utara: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 45

[16] Dian Lusia Novitasari, *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Resiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Surakarta*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan , 2017), hal. 69

[17] Reipita Sari, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Kepercayaan dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan E-Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013), hal. 86

Mandiri Di Surabaya". Yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan *mobile banking*. [18]

Jadi, hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian, sehingga variabel persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah, artinya semakin banyak manfaat yang diperoleh dari layanan *mobile banking* maka akan semakin tinggi pula penggunaan *mobile banking* oleh nasabah.

C. Pengaruh Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Berdasarkan dari pengujian data yang telah dilakukan dapat diketahui keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Kemudian diperoleh nilai Sig lebih dari α maka H_0 diterima H_1 ditolak sehingga keamanan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

Penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif antara keamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung,

[18] Sakina Maulidiyah, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, dan Kesesuaian Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Bank Mandiri Di Surabaya,* (Surabaya: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 10

artinya setiap penambahan pada variabel keamanan akan menambah nilai minat menggunakan *mobile banking* bank syariah.

Dari hasil pengamatan bahwa pada variabel keamanan berpengaruh tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah, artinya keamanan tidak memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah karena mahasiswa belum mengoptimalkan pemanfaatan keamanan dari *mobile banking*. Selain itu, kesan mahasiswa terhadap keamanan dan privasi suatu sistem yang ada di bank syariah sudah bagus namun faktor tersebut masih belum memberi kesan yang sangat berarti terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah dan lebih memilih bertransaksi melalui *teller* dengan mengantri di bank karena takut akan resiko yang ditimbulkan. Munculnya isu seperti *cyber crime*, dan pembobolan akun karena semakin canggihnya teknologi sering terjadi tindak kejahatan di dunia maya. Tingkat keamanan dan kerahasiaan dari sistem *mobile banking* merupakan hal yang penting untuk diperhatikan agar tidak terjadi kerugian bagi pihak nasabah maupun bank.

Teori yang dikemukakan Budi Raharjo bahwa keamanan informasi adalah bagaimana kita dapat mencegah penipuan *(cheating)* atau paling tidak, mendeteksi adanya penipuan di sebuah sistem yang berbasis informasi, dimana informasinya sendiri tidak memiliki arti fisik.[19]

[19] Budi Raharjo, *Keamanan System Informasi Berbasis Internet*, (Jakarta: PT Insan Indonesia, 2005), hal. 2

Sedangkan menurut Yousafzai et. al. dalam Lallmahamood keamanan dalam konteks *online banking* adalah serangan atau penyalahgunaan baik melalui jaringan transaksi dan transmisi data melalui akses yang tidak sah ke rekening dengan cara otentikasi palsu. Dapat disimpulkan bahwa keamanan dalam menggunakan *online banking* adalah terjaminnya dana dan data nasabah dari risiko kehilangan atau pencurian ketika melakukan transaksi dari *online banking*.[20]

Penelitian yang dilakukan oleh Wulandari menyimpulkan bahwa keamanan bertransaksi membuat nasabah merasa yakin bahwa kerahasiaan data pribadi terjamin saat bertransaksi menggunakan layanan *mobile banking*. Keamanan data merupakan hal yang penting dalam hal menarik minat nasabah, agar para nasabahnya percaya bahwa bank tersebut menjaga dengan benar kerahasiaan para nasabahnya saat menggunakan layanan *mobile banking*.[21] Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem keamanan berlapis dan selalu ter-*update*, mengingat seiring dengan kemajuan teknologi, juga sekaligus akan menambah resiko keamanan dari kejahatan di dunia maya.[22]

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nisa bahwa keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat nasabah dalam penggunaan *mobile banking*. Layanan *mobile banking* merupakan suatu

---

[20] Muniruddeen Lallmahamood, *An Examination of Individual's Perceived Security*.....page. 17

[21] Dwitya Pratiwi Wulandari, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi*.....hal. 44

[22] Ahmad dan Bambang Setyo Pambudi, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan, dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking BRI*), Jurnal Studi Manajemen, Vol.8 No.1 2014, hal. 9

sistem yang rentan terhadap resiko kecurian, kehilangan dan kejahatan-kejahatan lainnya yang berhubungan dengan jaringan. Oleh karena itu, resiko-resiko tersebut harus bisa diminimalisir bahkan kalau bisa dihilangkan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dapat dijamin oleh pihak bank, semakin tinggi pula minat nasabah untuk menggunakan sistem teknologi bank tersebut.[23]

Pihak perbankan tentu akan menjaga keamanan dan kerahasiaan seluruh aset dan data nasabahnya agar tidak mudah dicuri oleh orang lain, seluruh data nasabah dan segala catatan transaksi nasabah disimpan dalam *Core Banking System* (CBS), dimana CBS merupakan aplikasi inti yang merupakan jantung dari sebuah bank, jadi seluruh akses sistem perbankan yang dilakukan secara *online (real time),* baik pada *internet banking* maupun *mobile banking* akan melalui akses ke *Core Banking System* sehingga seluruh data dan rekening nasabah serta seluruh catatan transaksi nasabah akan terjaga dengan aman di *Core Banking System.* Namun lembaga perbankan sudah menjadi kewajiban untuk memberikan pelayanan yang terbaik untuk menjaga kepercayaan nasabahnya, terutama dalam layanan *mobile banking*, karena nasabah dilayani melalui sistem tentu hal tersebut harus selalu diperhatikan dalam melakukan pemeliharaan sistem, karena dikhawatirkan terjadinya gangguan atau error pada salah satu fasilitas yang terdapat pada layanan *mobile banking.*[24] Oleh karena itu,

---

[23] Nisa Ayu Purwati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Terhadap Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mandiri KCP Darussalam Banda Aceh),* (Banda Aceh: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018), hal. 64

[24] Nasihul Umam, *Analisis Perbandingan Kualitas Layanan BRI Mobile Banking*....hal. 89

pihak bank harus memperhatikan reliabilitas dan integritas mekanisme operasional dalam transaksi perbankan, karena kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi dalam menggunakan layanan *mobile banking*.[25]

Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wanandi menyimpulkan bahwa keamanan berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *online banking*, yang mengindikasikan tidak sedikit nasabah yang merisaukan mengenai banyaknya informasi pribadi yang harus diberikan oleh pihak bank seiring dengan banyaknya pengguna *online banking*, serta maraknya isu permasalahan keamanan yang sering diterima oleh nasabah. Nasabah perlu merasa lebih percaya dan aman pada layanan *online banking* jika data pribadi tidak akan bocor ke pihak ketiga maupun tidak akan ada penipuan dalam transaksi melalui *online banking.* Setidaknya dengan adanya perlindungan UU ITE dapat memberikan perasaan aman jika terdapat suatu kecurangan dalam bertransaksi, sehingga nasabah tidak akan takut lagi melakukan transaksi *online.* [26]

Jadi, berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan keamanan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Artinya keamanan tidak memberikan pengaruh terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah karena mahasiswa belum mengoptimalkan

---

[25] Maya Angela Silvia, *Faktor-Faktor Yang Mempeengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Internet Banking Pada PT BRI (Persero) Tbk, Cabang Ahmad Yani Makassar*, (Makassar: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014), hal. 82

[26] Wanandi Yoso Hanur Cahyo, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan…*,hal. 114

pemanfaatan keamanan dari *mobile banking*. Selain itu, kesan mahasiswa terhadap keamanan dan privasi suatu sistem yang ada di bank syariah sudah bagus namun faktor tersebut masih belum memberi kesan yang sangat berarti terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* bank syariah dan lebih memilih bertransaksi melalui *teller* dengan mengantri di bank karena takut akan resiko yang ditimbulkan.

D. Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Hal ini menunjukan secara simultan variabel pengetahuan, persepsi manfaat, keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung. Atau dengan kata lain hipotesis yang diajukan peneliti H_1 dapat diterima.

Minat merupakan keinginan dari dalam diri seseorang untuk melakukan suatu hal tanpa ada yang meminta. Minat timbul karena ada ketertarikan terhadap suatu hal tertentu. Semakin seseorang tertarik terhadap hubungan tersebut akan semakin besar minat seseorang.[27] Timbulnya minat akan mendorong seseorang untuk mendapatkan

[27] Slamet, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hal.180

pemahaman serta keterampilan untuk mencapai keinginan. Menurut Yaylor dan Baker *behaviour intention to use* diartikan sebagai keinginan individu untuk menggunakan kembali sesuatu yang sama apabila suatu waktu memerlukan kembali.[28] Apabila suatu sistem layanan teknologi bernilai atau bermanfaat bagi seorang individu maka seorang individu tersebut akan berminat untuk menggunakan objek layanan tersebut serta yang dirasa dapat mendatangkan kepuasan baginya.[29] Menurut Jogiyanto dalam Singgih pengukuran minat untuk menggunakan ialah dari keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang. [30] Berdasarkan teori, penelitian ini sejalan, bahwa minat mahasiswa dalam penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah akan timbul karena ada perasaan ketertarikan terhadap suatu hal tertentu yang diberikan pihak perbankan karena dirasa dapat mendatangkan kemanfaatan dan kepuasan, serta akan menggunakan kembali sesuatu hal yang sama apabila memerlukan kembali.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wanandi secara simultan persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan, dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *online banking* pada mahasiswa S1

---

[28] Steven Taylor A And Baker, *An Assessment Of The Relationship Between Service Quality And Customer Satisfaction In The Information Of Customer Purchase Intentions*, Journal Of Retailing Vo.70 No.2, Page 163-178

[29] Sartika Sari Ayu Tjini dan Zaki Baridwan, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking*, E-Journal, 2013, hal. 7

[30] Singgih Priambodo dan Bulan Prabawani, *Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan Uang Elektronik (Studi Kasus Pada Msyarakat Kota Semarang)*, Jurnal Administrasi Bisnis, hal. 3

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.[31] Penelitian yang dilakukan oleh Novitasari secara simultan manfaat, kemudahan penggunaan dan resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile banking* pada mahasiswa IAIN Surakarta. [32]

[31] Wanandi Yoso Hanur Cahyo, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan….,*hal. 117

[32] Dian Lusia Novitasari, *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Resiko Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Di Surakarta*, (Surakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2017), hal. 71