

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian kali ini pendekatan yang dipakai yaitu menggunakan pendekatan kuantitatif. Ciri data yang terdapat dalam pendekatan kuantitatif adalah data numerik. Pendekatan kuantitatif ini didefinisikan sebagai suatu pendekatan yang kegiatannya dilakukan secara terencana, teratur/sistematis, maupun terstruktur secara jelas mulai dari pengumpulan data sampai analisis data). Pendekatan kuantitatif dapat dikatakan juga dengan suatu metode penelitian yang dipakai dalam penelitian berdasarkan pada bukti empiris (filsafat positivism), yang dipakai dalam meneliti populasi atau sampel tertentu.⁸²

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data berupa data angka dan analisis yang digunakan berdasarkan statistik guna untuk mewujudkan pengaruh *Perceived usefulness*, *Trust*, kelengkapan fitur yang ada pada *mobile banking* terhadap minat penabung dalam menggunakan *Mobile Banking* sebagai alat transaksi di Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

⁸² Basilius Raden Werang, *Pendekatan Kuantitatif Dalam Penelitian Sosial*, (Yogyakarta: Calpulis, 2015), hal.16

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian kali ini adalah penelitian asosiatif. Dimana penelitian ini diartikan sebagai suatu penelitian yang memiliki tujuan dalam mengetahui adanya suatu hubungan antara dua variabel ataupun lebih.⁸³ Terdapat tiga bentuk hubungan yaitu simetris, hubungan kausal dan hubungan interaktif.⁸⁴ Fungsi dari dilakukannya penelitian ini adalah dapat dibentuknya suatu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala. Penelitian ini juga memiliki tingkatan yang tinggi dibandingkan dengan penelitian deskriptif maupun penelitian komparatif.⁸⁵ Bentuk hubungan dalam dalam penelitian ini adalah hubungan kausal, yaitu hubungan sebab akibat yang ditimbulkan dari variabel bebas (X1) *Perceived Usefulness*, (X2) *Trust*, (X3) kelengkapan fitur terhadap variabel terikat minat menggunakan *mobile banking* (Y).

B. Populasi, Sampling, Sampel

1. Populasi

Populasi dapat dikatakan sebagai subjek atau data yang memiliki kriteria (karakteristik) tertentu yang telah ditentukan oleh si peneliti untuk dipelajari yang kemudian akan dilakukan penarikan kesimpulan. Populasi juga dapat dikatakan sebagai keseluruhan objek penelitian. Populasi adalah

⁸³ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Badung:Alfabeta, 2006), hal. 11-12

⁸⁴ Ratu Ile Tokan, *Manajemen Penelitian Guru*, (Jakarta:PT Grasindo, 2016), hal. 10-11

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian.....*, hal. 11-12

sekelompok komponen ataupun kasus, baik itu dari setiap individual, objek maupun suatu kejadian, yang berhubungan dengan kriteria yang spesifik serta dapat dijadikan sebagai sesuatu yang bisa digeneralisasikan (dimana hal tersebut telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulanya.⁸⁶ Populasi juga menjelaskan secara spesifik tentang siapa atau golongan mana yang menjadi sasaran penelitiannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di bank Muamalat KCU Kediri baik pengguna *mobile banking* maupun non-pengguna *mobile banking* yang belum diketahui jumlahnya. Pada rumus Wibisono (2003) dalam buku Dominikus Dolet Unaradjan menjelaskan bahwa rumus yang digunakan untuk teknik pengambilan sampel pada populasi yang tidak diketahui adalah:⁸⁷

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{e} \right)^2 = 96,04 \text{ dibulatkan } 100$$

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai tabel Z (nilai yang di dapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan, dimana tingkat kepercayaan 95%)

σ = standar deviasi populasi (0,25 = sudah ketentuan)

e = tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian

⁸⁶ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hal.61

⁸⁷ Dominikus Dolet Unaradjan, *Petode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hal. 125-126

ini diambil 5%).

. Maka, untuk penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden.

2. Sampling penelitian

Sampling merupakan teknik (cara) yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel dengan memakai beberapa metode tertentu. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, *aksidental*, *purposive*, jenuh, dan *snowball*. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan sampling aksidental. Maksud dari sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.⁸⁸

3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Pengambilan sampel yang tidak sesuai dengan kualitas dan karakteristik populasi akan menyebabkan suatu penelitian

⁸⁸ I Putu Ade Andre Payadnya, I Gusti Agung Ngurah Trisna Jayantika, Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hal. 25

menjadi bias, tidak dapat dipercaya.⁸⁹ Sampel dalam penelitian ini adalah 100 nasabah di bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri baik pengguna *mobile banking* dan non-pengguna *mobile banking*.

C. Sumber Data, Variabel, Skala Pengukuran

1. Sumber Data

Data dapat dikatakan sebagai suatu komponen yang digunakan para peneliti dalam menarik suatu kesimpulan untuk mendukung bahasan penelitian yang akan dilakukannya.⁹⁰ Suatu kesimpulan tersebut diperoleh dari suatu keterangan serta informasi yang didapat dari suatu kumpulan fakta, angka serta segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya. Bentuk dari informasi yang didapat yaitu, bentuk angka, kalimat, gambar, rekaman dll.⁹¹

Jenis data berdasarkan sumber data terbagi menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti dengan instrumen yang dipersiapkannya dan hasilnya diolah sendiri untuk dapat menjawab masalah penelitian yang diajukan. Sedangkan untuk data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan pihak lain diolah dan dipublikasikan untuk kepentingan tertentu. Untuk penelitian ini, data yang digunakan merupakan data

⁸⁹ Sugiyono, *Statistik Untuk.....*, hal.62

⁹⁰ Lijen Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Bidang Ilmu Administrasi, Kebijakan Publik, Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal. 111

⁹¹ *Ibid.*

primer.⁹² Dalam penelitian ini, data primer didapat langsung dari responden dengan cara menyebarkan kuisioner kepada nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri.

2. Variabel

Variabel dimaksudkan sebagai suatu hal yang berbentuk apa saja yang dijadikan sebagai titik fokus peneliti untuk dilakukannya penelitian. Variabel ini ditentukan oleh si peneliti guna dipelajari untuk dilakukannya penarikan kesimpulan.⁹³ Ada 2 jenis variabel dalam suatu penelitian, yaitu variabel dependen dan variabel independen. Yang dimaksud dengan variabel dependen adalah variabel yang dapat berubah karena pengaruh dari variabel bebas. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependent dan menjadi sebab perubahan variabel terikat.⁹⁴ Adapun variabel *dependent* (Y) yang terdapat dalam penelitian ini yaitu minat menggunakan *mobile banking* di bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri. Sedangkan untuk variabel *independent* (X) terdapat dalam variabel *Perceived usefulness* (X1), *Trust* (X2), kelengkapan fitur (X3).

3. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Lijen Poltak Sinambela skala pengukuran merupakan seperangkat aturan yang diperlukan untuk mengkuantitatifkan data dari pengukuran suatu variabel.⁹⁵ Fungsi dari skala likert yaitu sebagai alat ukur terhadap persepsi maupun sikap seseorang

⁹² *Ibid.*

⁹³ Sugiyono, *Statistik.....*, hal.2-4

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ Lijen Poltak Sinambela, *Metodoloogi Penelitian.....*, hal.139

terhadap suatu kejadian maupun suatu gejala sosial. dalam skala likert diperlukanya penjabaran terhadap variabel yang menjadi titik fokus dalam penelitian menjadi beberapa sub bab variabel yang kemudian akan dijabarkan kembali menjadi beberapa indikator-indikator yang bisa diukur. Sehingga, indikator-indikator yang terukur tersebut dapat digunakan sebagai titik tolak untuk pembuatan item instrumen yaitu, berupa pertanyaan-pertanyaan yang perlu dilakukan *answering* oleh responden.

Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala Likert. Dengan menggunakan skala likert yang harus dilakukan peneliti adalah merumuskan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan topik yang dibahas dalam penelitiannya, serta responden akan dimintai untuk memilih jawaban yang sesuai pilihan yang telah disediakan oleh peneliti.⁹⁶ Skala likert digunakan dalam penelitian sosial khususnys untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.⁹⁷ Jawaban setiap instrumen dengan menggunakan Skala Likert memiliki gradasi dari yang sangat positif samapai dengan sangat negatif. Dalam penelitian ini, skala penilaian yang digunakan adalah dapat dilihat pada gambar tabel:⁹⁸

⁹⁶ Dominikus Dolet Unaradjan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, 2019), hal. 148

⁹⁷ Lijen Poltak Sinambela, *Metodoloogi Penelitian.....*, hal.144

⁹⁸ Ananta Wikrama Tunggal, dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*,(Yogyakarta:Graha Ilmu, 2014, hal.58

Tabel 3.1
Skala Penilaian Likert

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

D. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Untuk mengumpulkan data dari sampel penelitian, dilakukan dengan metode tertentu sesuai dengan tujuannya. Ada beberapa metode tertentu yang telah dikenal antara lain wawancara, pengamatan (observasi), kuesioner atau angket, dan dokumenter. Adapun cara yang ditempuh dalam mengumpulkan data pada penelitian ini adalah:⁹⁹

a. Observasi

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi terhadap proses perizinan sebelum melakukan penelitian pada Bank Muamalat Kantor Cabang Kediri. Tujuan dari pengajuan perizinan ini adalah untuk mendapat persetujuan dari pihak Bank Muamalat KCU Kediri, bahwa peneliti bisa melakukan penelitian yang terkait mengenai salah satu layanan yang ada pada Muamalat yaitu layanan *mobile banking*.

⁹⁹ Ananta Wikrama Tunggal, dkk, *Metodologi.....*, hal. 72

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan penyebaran kuesioner terhadap nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri sebagai sampel untuk dijawab selama beberapa waktu tertentu, yang kemudian dikumpulkan dan diperiksa kelengkapannya untuk nantinya diukur dengan Skala Likert.

b. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu.¹⁰⁰ Teknik dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang data jumlah nasabah, sejarah pendirian Bank Muamalat dan lain sebagainya yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini.

2. Instrumen Penelitian

Semua alat yang digunakan peneliti guna membantu dalam pengumpulan data selama proses penelitian berlangsung merupakan pengertian dari instrumen penelitian. Untuk mempermudah pengumpulan data ini, maka peneliti harus menggunakan instrumen pengumpulan data, dimana instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah. Alat yang digunakan sebagai

¹⁰⁰ Ananta Wikrama Tunggal, dkk, *Metodologi Penelitian.....*, hal.72

instrumen penelitian harus merupakan alat yang dapat menjamin bahwa hasil yang akan diperoleh peneliti adalah hasil yang maksimal. Untuk memperoleh data yang baik dan benar dibutuhkan alat pengumpulan data yang baik yang disebut dengan instrumen. Instrumen penelitian dapat berupa kuesioner, pedoman wawancara, panduan observasi.¹⁰¹

Untuk mempermudah instrumen penelitian ini dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2
Instrumen Penelitian

NO	Variabel	Indikator	Pernyataan	No. item
1	<i>Perceived usefulness</i> (X1) ¹⁰²	Meningkatkan efektifitas kinerja.	Adanya Muamalat <i>mobile banking</i> transaksi perbankan menjadi cepat.	1
			Transaksi menggunakan Muamalat <i>mobile banking</i> dapat menghemat waktu	2
			Aplikasi Muamalat <i>mobile banking</i> sangat flaksibel	3
		Menambah produktivitas	Aplikasi Muamalat <i>Mobile banking</i> meningkatkan produktivitas	4
		Menjadikan pekerjaan lebih mudah	Menggunakan Muamalaat <i>Mobile Banking</i> memudahkan kegiatan transaksi dalam perbankan	5

¹⁰¹ Lijen Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian.....*, hal. 111

		Sistem bermanfaat bagi individu.	Aplikasi Muamalat <i>Mobile Banking</i> bermanfaat dalam melakukan transaksi jual beli pembayaran <i>online shop</i> , pembelian token pulsa.	6
			Muamalat <i>Mobile Banking</i> bermanfaat untuk memperoleh informasi secara cepat terkait produk Bank Muamalat	7
2	<i>Trust (X2)</i> ¹⁰³	Sistem keamanan bank.	Muamalat <i>Mobile Banking</i> dilengkapi dengan sistem keamanan yang handal.	8
		Sistem kerahasiaan bank.	Bertransaksi menggunakan Muamalat <i>Mobile Banking</i> akurat dan data terjamin	9
			Bank Muamalat melindungi informasi personal maupun informasi akun	10
			Muamalat <i>Mobile Banking</i> melindungi kerahasiaan transaksi nasabah.	11
		Kompensasi kerugian.	Bank Muamalat memberikan kompensasi kepada nasabah sesuai dengan kerugian atas kesepakatan bersama.	12
			Bank Muamalat memberikan kenyamanan terhadap kompensasi yang diberikan .	13
3	Kelengkapan fitur (X3) ¹⁰⁴	Kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa.	Mudah dalam mengakses informasi tentang produk dan jasa pada Muamalat <i>Mobile Banking</i> .	14

¹⁰³ Hans Setiawan The Riady, "Dahlia Br Ginting, Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus: PT.Bank BPRKS Bandung)", *Jurnal Media Informatika*, Vol.14, No.02, 2015

¹⁰⁴ Ahmad, 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, April 2014.

		Keberagaman layanan transaksi.	Banyaknya layanan transaksi yang disediakan Muamalat <i>Mobile Banking</i> seperti, Transfer biasa, SKN, dan RTGS.	15
		Keberagaman fitur.	Banyaknya fitur pendukung yang ada pada Muamalat <i>Mobile Banking</i> yang sesuai kebutuhan nasabah seperti, Transfer pembayaran <i>utilitas public</i> (pemesanan tiket pesawat).	16
			Tersedianya fitur riwayat transaksi.	17
			Tersedianya fitur layanan untuk merubah <i>password</i> akun <i>Mobile Banking</i>	18
		Inovasi produk.	Muamalat <i>Mobile Banking</i> terus menerus dilakukan penyempurnaan layanan fitur.	19
4	Minat menggunakan (Y) ¹⁰⁵	Pemakaian nyata.	Menggunakan Muamalat <i>Mobile Banking</i> sebagai alat bantu melakukan transaksi diperbankan	20
			Selalu menggunakan Muamalat <i>Mobile Banking</i> dalam setiap melakukan transaksi diperbankan	21
		Frekuensi penggunaan.	Hampir setiap minggu menggunakan layanan Muamalat <i>Mobile Banking</i>	22
		Kepuasan pengguna.	Memberikan layanan <i>mobile banking</i> yang mudah sehingga membuat nasabah merasa puas.	23

¹⁰⁵ Siti Tutik Muntianah, Endang Siti Astuti, Devi Farah Azizah, "Pengaruh Minat Perilaku Terhadap *Actual Use* Teknologi Informasi Dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus Pada Kegiatan Belajar Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 6, No. 1, 2012

E. Analisis Data

Teknis analisis data merupakan teknik yang dipakai untuk menjawab beberapa rumusan masalah ataupun menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Di dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah metode statistik inferensial. Statistik inferensial dapat didefinisikan sebagai statistik yang digunakan dalam penganalisisan data sampel. Dimana hasil dari data sampel tersebut akan dilakukan penggeneralisasian/ disimpulkan untuk populasi dari asal sampel itu diambil.¹⁰⁶

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata valid yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurannya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur.¹⁰⁷ Item pernyataan dinyatakan valid jika nilai r hitung $>$ dari r tabel atau dengan melihat nilai *corrected item total correlation*, dimana nilainya harus melebihi nilai r tabel yaitu 0,195 untuk $n = 100$ dengan taraf signifikansi 5%.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistik Modern Untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Andi (Anggota Ikapi), 2009), hal. 4.

¹⁰⁷ Rian Maulana, Iskandar, dkk, "Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2, No.2, Oktober 2018

¹⁰⁸ Arif Pratisto, Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama instrumen pengukuran yang baik. Konsep dari reliabilitas dalam arti reabilitas alat ukur yang berkaitan erat dengan masalah kekeliruan pengukuran. Kekeliruan pengukuran sendiri menunjukkan sejauh mana inkonsistensi hasil pengukuran terjadi apabila dilakukan pengukuran ulang terhadap kelompok subyek yang sama. Sedangkan konsep reliabilitas dalam arti reliabilitas hasil ukur berkaitan erat dengan kekeliruan dalam pengambilan sampel yang mengacu pada inkonsistensi hasil ukur apabila pengukuran dilakukan ulang pada kelompok yang berbeda.¹⁰⁹

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat tingkat kehandalan instrumen sebagai alat ukur dalam penelitian, sehingga hasil penelitian nantinya benar-benar memenuhi standar ilmiah dan tidak bias. Untuk menguji reliabilitas instrumen ini menggunakan koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha. Menurut Ghazali, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.¹¹⁰

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu uji yang dipakai guna mengetahui nilai residual disini berdistribusi normal atau tidak. Untuk model regresi

dengan SPSS, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), hal. 254

¹⁰⁹ Rian Maulana, dkk, "Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*", *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, Vol. 2, No.2, Oktober 2018

¹¹⁰ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatana, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA dalam Menggunakan *Internet Banking*", *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, Vol.16, No. 1, Januari, 2016.

sendiri dapat dikatakan baik apabila memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Apabila data yang dihasilkan berdistribusi normal maka uji yang dipakai adalah uji statistik parametrik. Dan sebaliknya, untuk data yang tidak berdistribusi normal dapat menggunakan uji statistik non parametrik. Dalam kenormalan data maka dilihat dari hasil nilai residunya. Apabila nilai residualnya lebih besar dari signifikansi 0,05 maka data tersebut dinyatakan normal.¹¹¹

Ricki Yuliardi pada bukunya menyatakan bahwa dasar pengambilan uji normalitas meliputi sebagai berikut:¹¹²

- 1) Apabila nilai Sig. < 0,05% maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal.
- 2) Apabila nilai Sig. > 0,05% maka data dapat dinyatakan sebagai data yang berdistribusi normal.

Kolmogrov-Smirnov digunakan untuk menguji variabel *Perceived usefulness* (X1), *Trust* (X2), kelengkapan fitur *mobile banking* (X3) dan variabel minat menggunakan *mobile banking* (Y).

b. Uji multikolenieritas

Uji multikolenieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel independen. Suatu model regresi yang baik tidak ditemukannya hubungan atau korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolenieritas dilakukan dengan

¹¹¹ Ricki Yuliardi, dkk, *Statistika Penelitian:Plus Tutorial SPSS*, (Yogyakarta:Innosain, 2017), hal. 112-123

¹¹² *Ibid*, hal. 123

tolerance dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Multikolinearitas pada suatu model dapat dilihat nilai $VIF < 10$. Maka model tersebut dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas.¹¹³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi Heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolute sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat. Banyak metode untuk menguji heteroskedastisitas di antaranya adalah metode analisis grafik, metode *Glejser*, metode *Park*, metode *White*, metode *Rank Spearman*, metode *Bresch-Pagan-Godfrey (BPG)*.

Dalam penelitian ini uji Heteroskedastisitas yang digunakan adalah metode *Glejser*.¹¹⁴ Uji *Glejser* dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolute residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 5% atau 0,05 maka tidak terjadi masalah

¹¹³ Ditto Aditia Darma Nasution, dkk, *MONOGRAF Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Laporan Keuangan Pada Pemerintah Kota Tanjung Balai Dengan Komitmen Organisasi Sebagai Variabel Moderating*, (Ponorogo:Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal.56

¹¹⁴ Tedi Rusman, *Statistika Penelitian; Aplikasinya Dengan SPSS*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2015), hal.63

heteroskedastisitas atau terjadi ketidaksamaan varians pada variabel yang satu dengan variabel lainnya.¹¹⁵

Rumusan hipotesis:

H₀: Tidak ada gejala Heteroskedastisitas

H_a: Ada gejala Heteroskedastisitas

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika Sig. < 0,05, maka H_a diterima dan H₀ ditolak.

Jika Sig. > 0,05, maka H_a ditolak dan H₀ diterima.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono yang diikuti oleh Tedi Rusman, untuk menjawab hipotesis pertama dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk melihat secara langsung pengaruh beberapa variabel terikat. Regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:¹¹⁶

$$\text{Penggunaan } mobile \text{ banking} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

a = konstanta

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi masing-masing variabel

X₁ = *perceived usefulness*

X₂ = *Trust*

¹¹⁵ Didi pianda, *Kinerja Guru: Kompetensi Guru: Motivasi Kerja: Kepemimpinan Kepala Sekolah*, (Sukabumi: CV Jejak, 2018), hal.146

¹¹⁶ Tedi Rusman, *Statistika Penelitian; Aplikasinya.....*, hal.58

X_3 = kelengkapan fitur

e = *residual error*

5. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)

Uji signifikan Parsial (Uji-t) disebut juga sebagai uji signifikan individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen yaitu *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara parsial terhadap variabel dependen yaitu minat menggunakan *mobile banking*.¹¹⁷

Bentuk pengujianya:

H_0 : $b_1, b_2, b_3 = 0$, artinya *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

H_a : $b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

¹¹⁷ Tedi Rusman, *Statistika Penelitian; Aplikasinya.....*, hal.58

b. Uji Signifikan Simultan (Uji-F)

Uji Signifikan Simultan (Uji-F) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.¹¹⁸

Bentuk pengujianya:

$H_0: b_1, b_2, b_3 = 0$, artinya *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

$H_a: b_1, b_2, b_3 \neq 0$, artinya *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur proporsi atau persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen atau dengan kata lain untuk menguji *goodness-fit* dari modal regresi. Nilai R^2 koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Nilai R^2 sama dengan nol ($R^2=0$) menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Bila R^2 semakin besar

¹¹⁸ Tedi Rusman, *Statistika Penelitian; Aplikasinya ...*, hal. 59

mendekati 1 maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan bila R^2 semakin kecil mendekati nol maka semakin kecil pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.¹¹⁹

¹¹⁹ Tedi Rusman, *Statistika Penelitian; Aplikasinya ...*, hal.59-60

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia Tbk. Pada Tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia masih tergolong stagnan. Namun, sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada Tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter.¹²⁰

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk merupakan Bank pertama kali di Indonesia yang memakai prinsip syariah. PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (“Bank Muamalat Indonesia”) memulai perjalanannya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 H. Pendirian Bank Muamalat digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia.

¹²⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta:KENCANA, 2016), hal. 24

Sejak resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H.¹²¹

Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syariah seperti Asuransi Syariah (Asuransi Takaful), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat) dan *multifinance* syariah (Al-ijarah Indonesia *Finance*) yang seluruhnya menjadi terobosan di Indonesia. Selain itu produk Bank yaitu *Share-e* yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk *Share-e Gold Debit Visa* yang diluncurkan pada tahun 2011 tersebut mendapat penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai kartu Debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking*, *mobile banking*, ATM, dan *Cash Management*. Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan syariah.¹²²

Pada 27 oktober 1994, Bank Muamalat Indonesia mendapatkan izin sebagai Bank Devisa dan terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak isting di Bursa Efek Indonesia (BEI), pada tahun 2003, Bank dengan percaya diri melakukan Penawaran Umum Terbatas (PUT) dengan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) sebanyak (lima) kali dan merupakan lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan

¹²¹ Bank Muamalat, Tentang Muamalat, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 1 Februari 2020, pukul 13.24

¹²² *Ibid.*

Sukuk Subordinasi Mudharabah. Aksi korporasi tersebut semakin menegaskan posisi Bank Muamalat Indonesia dipeta industri perbankan Indonesia.¹²³

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009, Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia. Hingga saat ini, bank telah memiliki 325 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui *Malaysia Electronic Payment* (MEPS).¹²⁴

Menginjak usianya ke-20 pada tahun 2012, Bank Muamalat Indonesia melakukan *rebranding* pada logo Bank untuk semakin meningkatkan *awareness* terhadap *image* sebagai Bank Syariah Islami, modern dan profesional. Bank Muamalat terus mewujudkan berbagai pencapaian serta prestasi yang diakui baik secara nasional maupun internasional. Sejak tahun 2015, Bank Muamalat Indonesia bermetamorfosa untuk menjadi entitas yang semakin baik dan meraih pertumbuhan jangka panjang.

¹²³ Bank Muamalat, Tentang Muamalat, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 1 Februari 2020, pukul 14.12

¹²⁴ *Ibid.*

Dengan strategi bisnis yang terarah Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “ *The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Prasence*”.¹²⁵

Salah satu cabang utama yang didirikan di provinsi Jawa Timur adalah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Kediri yang didirikan pada Tanggal 15 Maret 2004 merupakan salah satu Kantor Cabang Utama (KCU) milik Bank Muamalat Indonesia yang berada di Jln. Hasanudin No.26 Kelurahan Dandangan, Kota Kediri. Keberadaan lokasi Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri ini dianggap sangatlah strategis, mengingat dekatnya lokasi dengan lembaga pendidikan, pabrik, serta daerah perbelanjaan. Selain itu lokasinya berada di tengah kota, dekat perempatan, dan mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi. Selain itu, Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri merupakan cabang utama yang membawahi kantor cabang pembantu lainnya yang ada di keresidenan Kediri, yaitu Bank Muamalat Indonesia KCP Tulungagung dan Blitar.

2. Visi Dan Misi Bank Muamalat Indonesia

a. Visi Bank Muamalat Indonesia

Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional.

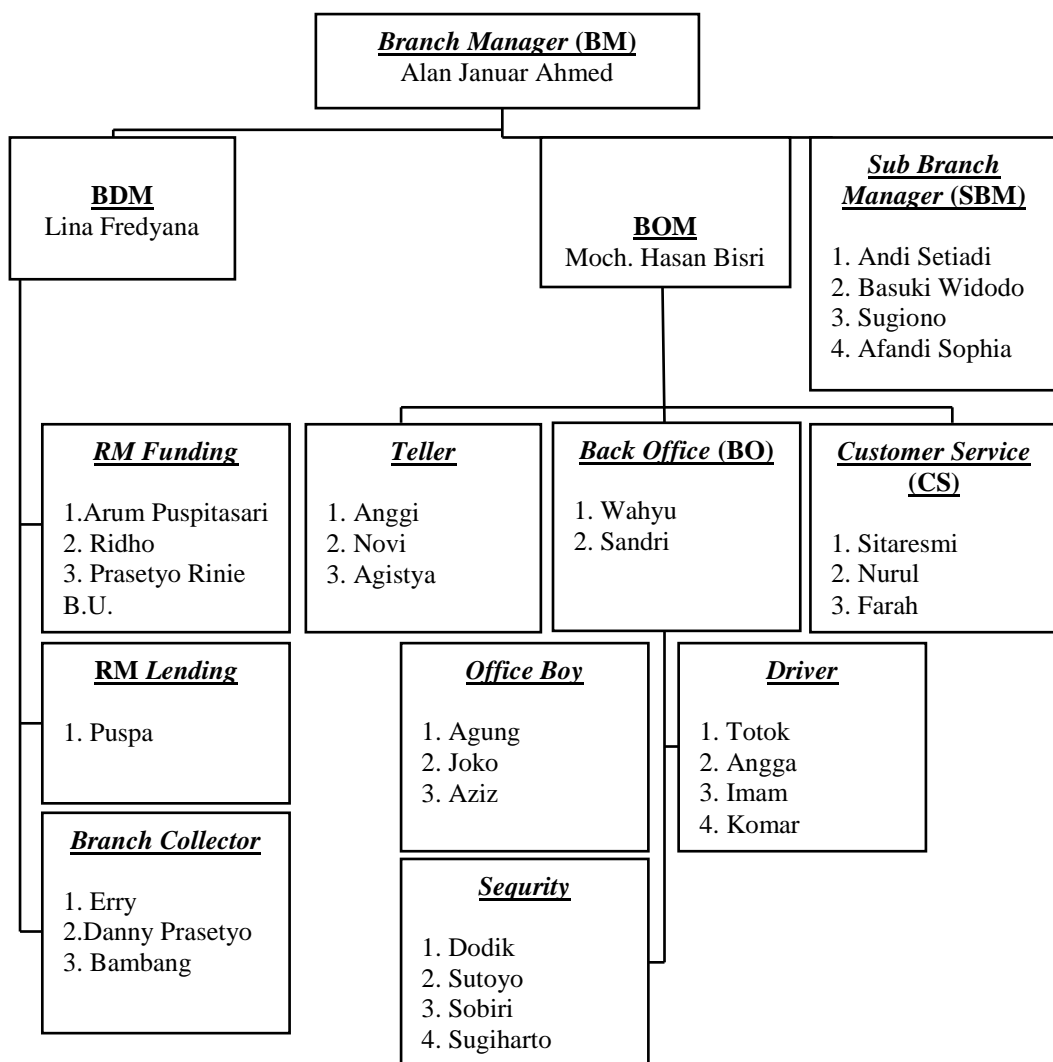
¹²⁵ Bank Muamalat, Tentang Muamalat, dalam <https://www.bankmuamalat.co.id>, diakses pada tanggal 1 Februari 2020, pukul 15.11

b. Misi Bank Muamalat Indonesia

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

3. Struktur Organisasi Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri

Gambar 4.1
Struktur Lembaga Bank Muamalat Indonesia KCU Kediri



Sumber: Data Intern Bank Muamalat Kantor Cabang Utama Kediri

4. Produk-Produk Bank Muamalat KCU Kediri

Dalam menawarkan dan memasarkan produk ke masyarakat, Bank Muamalat KCU Kediri menggunakan prinsip-prinsip syariah. Prinsip utama Bank Muamalat sebagai bank Syariah adalah pada tata cara/ketentuan pemberian imbalan yang dilakukan dengan sistem bagi hasil. Dengan demikian, realisasi imbalan yang diterima nasabah akan berbeda setiap bulanya tergantung pendapatan hasil investasi yang dilakukan bank pada bulan tersebut. Berikut produk-produk Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri:

- a. Produk penghimpunan dana
 - 1) Giro
 - a) Giro iB Hijrah *Attijary*
 - b) Giro iB Hijrah Ultima
 - 2) Tabungan
 - a) Tabungan iB Hijrah
 - b) Tabungan iB Hijrah Prima
 - c) Tabungan iB Hijrah Rencana
 - d) Tabungan iB Hijrah Haji (RTJH)
 - e) Tabungan iB Hijrah Valas
 - f) Tabunganku
 - g) Tabungan iB Simpel
 - h) Tabungan iB Hijrah Prima Berhadiah
 - i) Tabungan iB Hijrah Rencana Berhadiah

3) Deposito

a) Deposito iB Hijrah

b. Produk Pembiayaan

1) KPR iB Muamalat

2) Pembiayaan iB Muamalat Pensiun

5. Muamalat *Mobile Banking*

Muamalat *mobile banking* adalah salah satu bagian dari layanan *e-banking* yang memanfaatkan *smartphone* dalam pengoprasianya. Aplikasi tersebut dirancang untuk melayani transaksi finansial dan nonfinansial secara real time yang dapat beroperasi selama 24 jam. Dalam layanan muamalat *mobile banking* dilengkapi dengan nomer TIN (*transaction indentification number*) dengan fungsi sebagai kode autentifikasi pada *mobile banking* yang dibutuhkan pada saat melakukan transaksi finansial.¹²⁶

Dalam Muamalat *mobile banking* ada beberapa manfaat yang akan diperoleh.¹²⁷

- a. Aman.
- b. Mudah serta praktis.
- c. Dapat digunakan dimanapun dan kapanpun.
- d. 1 *user ID* untuk semua rekening.

¹²⁶ <https://www.bankmuamalat.co.id/e-banking/mobile-banking-muamalat>, Diakses Tanggal 29 Desember Pukul 12.00 WIB

¹²⁷ *Ibid.*

Ada beberapa kelebihan yang dimiliki oleh Muamalat *Mobile Banking*.¹²⁸

- a. Transaksi perbankan bisa dilakukan kapan saja dan di mana saja melalui ponsel pintar.
- b. Registrasi dapat langsung dilakukan melalui aplikasi muamalat *mobile*, ATM Bank Muamalat atau *Customer Service*.
- c. Aman, karena menggunakan *user ID*, *Password* dan *Transaction Identification Number* (TIN) serta adanya limit transaksi.
- d. Tersedia fitur 'Favorit' untuk mencatat data transaksi.
- e. Transaksi transfer dapat dilakukan berulang (*recurring*) secara harian, mingguan dan bulanan.
- f. Bukti transaksi bisa langsung dibagikan ke media sosial dan aplikasi *chat messenger*.

Berikut Syarat-syarat bagi pengguna yang ingin melakukan pengaktifasian *Mobile Banking* di Muamalat:¹²⁹

- a. Nasabah perorangan.
- b. Telah mempunyai rekening dan *Share E Debit Card* sendiri.
- c. Sudah melakukan registrasi dan aktivasi.
- d. Nomor *Handphone* terdaftar pada sistem Bank.
- e. Sarana *Smartphone* (Android min 4.4 dan iOS 10).
- f. Sebelumnya Harus melakukan registrasi dahulu baik melalui aplikasi

¹²⁸ <https://www.bankmuamalat.co.id/e-banking/mobile-banking-muamalat>, Diakses Tanggal 29 Desember Pukul 12.00 WIB

¹²⁹ *Ibid.*

Muamalat *Mobile Banking*, ATM, *Customer Service* bank Muamalat.

Berikut pengenalan biaya dari penggunaan aplikasi Muamalat *Mobile Banking*:¹³⁰

- a. Gratis biaya administrasi bulanan (Biaya penggunaan data disesuaikan dengan provider yang dipakai).
- b. Berlaku biaya transaksi tertentu.

Langkah-langkah registrasi *Mobile banking*:

- a. Masuk pada menu registrasi.
- b. Pilih menu registrasi *mobile banking*.
- c. Nasabah akan diminta untuk melakukan input data berikut: nomor rekening, PIN ATM, nomor kartu ATM, nomor *handphone* (harus sesuai dengan yang terdaftar di bank).

Langkah-langkah aktivasi *mobile banking*:¹³¹

- a. Pastikan aplikasi muamalat *mobile banking* telah trinstal di *smartphone* anda.
- b. Lakukan *login* dengan memakai *pengguna ID* serta *password* yang diperoleh dan dibuat pada saat registrasi *mobile banking*.
- c. Isikan informasi berikut pada form yang tersedia: kode verifikasi, nomor *handphone*, nomor kartu ATM, *reference code*.
- d. Apabila anda melakukan aktivasi pertama maka akan diminta untuk melakukan perubahan *User ID* dan *Password* dengan ketentuan sebagai

¹³⁰ <https://www.bankmuamalat.co.id/e-banking/mobile-banking-muamalat>, Diakses Tanggal 29 Desember Pukul 12.00 WIB

¹³¹ *Ibid.*

berikut:¹³²

- 1) *User ID*, perubahan *User ID* hanya dapat dilakukan satu kali pada saat melakukan aktivasi pertama. *Attribute User ID* minimal 6 digit karakter yang dapat diisikan berupa huruf dan angka.
 - 2) *Password* lama, merupakan *password* yang dibuat saat melakukan registrasi *Mobile Banking*.
 - 3) *Password* baru dan konfirmasi *Password*, anda diwajibkan untuk melakukan perubahan *password mobile banking*. *Password* baru harus memuat karakter *alfanumerik* berupa huruf besar, huruf kecil dan angka. Panjang *password* baru adalah antara 8-12 karakter. Pada kolom konfirmasi *password*, isikan *password* yang sama dengan *password* baru.
 - 4) Pastikan isian *User ID* dan *Password* yang dibuat telah sesuai.
- e. Pada halaman syarat dan ketentuan ditampilkan informasi seputar *mobile banking* muamalat yang perlu untuk diketahui oleh nasabah. Tekan tombol “Setuju” untuk melanjutkan proses aktivasi.
- f. Anda akan dikembalikan ke halaman *Login mobile banking*. Untuk masuk kelayar *mobile banking*, input *User ID* dan *Password* yang tadi sudah anda ubah.

¹³² <https://www.bankmuamalat.co.id/e-banking/mobile-banking-muamalat>, Diakses Tanggal 29 Desember Pukul 12.00 WIB

B. Karakteristik responden

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh minat penggunaan *mobile banking* pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Utama Kediri. Untuk mengimplementasi hal tersebut maka dilakukan penyebaran kuesioner atau angket kepada responden yang terlibat langsung dalam pengisian kuesioner. Untuk memahami hasil-hasil penelitian memerlukan data deskriptif responden yang akan digunakan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang akan digunakan untuk menggambarkan keadaan responden yang dapat memberikan informasi tambahan. Dalam deskripsi responden peneliti menyajikan beberapa informasi penting yang dapat menggambarkan keadaan responden nasabah tentang jenis produk yang digunakan, jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan nasabah, pendapatan nasabah, dan perangkat yang digunakan untuk mengakses *mobile banking*.

Dalam pelaksanaan penelitian ini, ditetapkan 100 responden untuk melakukan pengisian 100 kuesioner. Semua kuesioner yang sudah dibagikan dan diisi telah dikembalikan semua oleh para responden, dan semuanya dapat dilakukan pengolahan data lebih lanjut. Adapun data-data responden sebagai berikut:

1. Jenis Produk Yang Digunakan Responden

Adapun data mengenai jenis produk yang digunakan responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Produk yang Digunakan Responden

No	Produk	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tabungan	92	92%
2	Deposito	6	6%
3	Giro	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang menggunakan jenis produk tabungan adalah sebanyak 92 responden atau 92%, jenis produk deposito sebanyak 6 responden atau 6%, dan responden jenis produk giro sebanyak 2 atau 2%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah dengan jenis produk tabungan.

2. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Tabel Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	59	59%
2	Perempuan	41	41%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berjenis laki-laki adalah sebanyak 59 responden atau 59%, responden yang berjenis perempuan sebanyak 41 responden atau 41%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang

sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah berjenis kelamin laki-laki.

3. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tabel Umur Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-19 tahun	2	2%
2	20-29 tahun	36	36%
3	30-40 tahun	42	42%
4	41-50 tahun	13	13%
5	>50 tahun	7	7%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berusia 17-19 tahun adalah sebanyak 2 responden atau 2%, responden yang berumur 20-29 tahun sebanyak 36 responden atau 36%, responden yang berumur 30-40 tahun sebanyak 42 atau 42%, responden yang berumur 41-50 tahun sebanyak 13 atau 13%, dan responden yang berumur >50 tahun sebanyak 7 atau 7%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah yang berumur 30-40 tahun.

4. Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tabel Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0%
2	SMP	11	11%
3	SMA	50	50%
4	Diploma	10	10%
5	Sarjana	29	29%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang pendidikan SMP adalah sebanyak 11 responden atau 11%, responden yang berpendidikan SMA sebanyak 50 responden atau 50%, responden yang berpendidikan Diploma sebanyak 10 atau 10%, responden yang berpendidikan Sarjana sebanyak 29 atau 29%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah yang pendidikan terakhirnya yaitu, SMA.

5. Jenis Pekerjaan Responden

Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tabel Jenis Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	PNS	13	13%
2	Pegawai Swasta	27	27%
3	Wiraswasta	54	54%
4	Ibu Rumah Tangga	4	4%
5	Pelajar/Mahasiswa	1	1%
6	Buruh/Petani	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang bekerja sebagai PNS adalah sebanyak 13 responden atau 13%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 27 responden atau 27%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 54 atau 54%, responden sebagai ibu rumah tangga sebanyak 4 atau 4%, dan responden yang bekerja sebagai buruh/tani sebanyak 1 atau 1%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah yang bekerja sebagai wiraswasta.

6. Pendapatan Per Bulan Responden

Adapun data mengenai pendapatan per bulan responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tabel Pendapatan Per Bulan Responden

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< Rp 1.000.000	1	1%
2	Rp 1.000.000 – Rp3.000.000	53	53%
3	Rp3.000.000 – Rp5.000.000	36	36%
4	> Rp5.000.000	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang berpendapatan <Rp 1.000.000/bulannya adalah sebanyak 1 responden atau 1%, responden yang berpendapatan Rp 1.000.000 – Rp3.000.000/bulannya sebanyak 53 responden atau 53%, responden yang berpendapatan Rp3.000.000 – Rp5.000.000/bulannya sebanyak 36 atau 36%, responden berpendapatan > Rp5.000.000/bulannya

sebanyak 10 atau 10%. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah yang berpendapatan sebanyak Rp 1.000.000 – Rp3.000.000 setiap bulannya.

7. Platform Perangkat yang Digunakan Untuk Mengakses *Mobile Banking*

Adapun data mengenai platform perangkat yang digunakan untuk mengakses *mobile banking* responden nasabah Bank Muamalat KCU Kediri adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tabel Platform Perangkat yang Digunakan untuk Mengakses
Mobile Banking

No	Platform Perangkat	Frekuensi	Persentase (%)
1	<i>Android</i>	98	98%
2	<i>IPhone</i>	2	2%
3	<i>Blackberry</i>	0	0%
4	<i>Windows Phone</i>	0	0%
	Total	100	100

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa dari 100 responden, jumlah responden yang menggunakan perangkat berplatform sebanyak 92 atau 92%, dan sebanyak 2 atau 2% nasabah yang menggunakan perangkat berplatform *IPhone*. Data tersebut menunjukkan bahwa nasabah yang sering bertransaksi di Bank Muamalat KCU Kediri adalah nasabah yang menggunakan perangkat berplatform *Android*.

C. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 23 soal dan dibagi dalam 4 kategori yaitu:

1. 7 soal digunakan untuk mengetahui pengaruh kemanfaatan yang diukur dari *perceived usefulness* (X1)
2. 6 soal digunakan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan seseorang yang diukur dari persepsi kepercayaan (X2)
3. 6 soal digunakan untuk mengetahui pengaruh fitur yang diukur dari kelengkapan fitur (X3)
4. 4 soal untuk mengetahui minat menggunakan *mobile banking* (Y)

Sedangkan hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut:

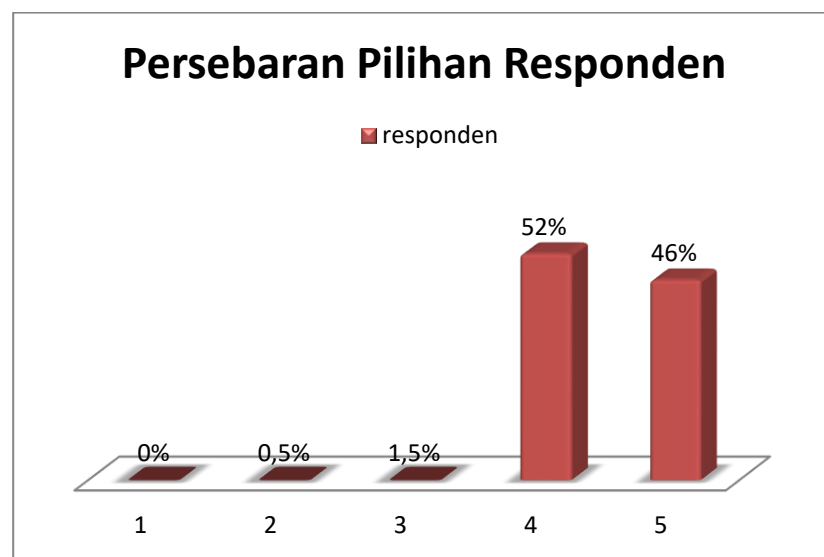
Tabel 4.8
Frekuensi Masing-masing Variabel Indikator

Variabel	Frekuensi				
	1	2	3	4	5
PU 1	0	0	0	18	82
PU 2	0	0	0	49	51
PU 3	0	0	0	57	43
PU 4	0	0	0	54	46
PU 5	0	0	0	61	39
PU 6	0	0	0	69	31
PU 7	0	0	0	59	41
T 1	0	0	3	58	39
T 2	0	0	4	55	41
T 3	0	1	0	52	47
T 4	0	0	1	37	62
T 5	0	0	12	49	39
T 6	0	0	2	60	38
FT1	0	0	0	20	80
FT2	0	0	0	30	70
FT3	0	0	0	50	50
FT4	0	0	0	58	42
FT5	0	0	0	66	34
FT6	0	0	0	83	17
M1	0	0	0	27	73

M2	0	0	2	48	50
M3	0	0	4	67	29
M4	0	0	7	72	21
JUMLAH PERKATEGORI	0	1	35	1199	1065
TOTAL	2300				

Sumber: Data primer diolah, 2020

Grafik 4.1
Grafik Persebaran Pilihan Responden



Sumber: Data Primer diolah,2020

Secara deskriptif, dari 100 orang responden terdapat 0% dalam kategori 1 (sangat tidak setuju), yang artinya dalam kategori 1 ini tidak ada responden yang menjawab dengan (sangat tidak setuju). 0,5% memilih kategori 2 (tidak setuju), 1,5% memilih kategori 3 (ragu-ragu), 52% memilih kategori 4 (setuju), 46% responden memilih kategori 5 (sangat setuju).

Tabel 4.9
Nilai Standar Deviasi, *Skewness* dan Nilai Mean untuk Masing-masing Variabel Indikator

Variabel	Std.Deviasi	Skewness	Mean
PU 1	0,386	-1,691	4,82
PU 2	0,502	-0,041	4,51
PU 3	0,498	0,287	4,43
PU 4	0,501	0,163	4,46
PU 5	0,490	0,458	4,39
PU 6	0,465	0,834	4,31
PU 7	0,494	0,372	4,41
T 1	0,542	-0,002	4,36
T 2	0,562	-0,163	4,37
T 3	0,557	-0,692	4,45
T 4	0,510	-0,689	4,61
T 5	0,664	-0,364	4,27
T 6	0,523	0,154	4,36
FT1	0,402	-1,523	4,80
FT2	0,461	-0,886	4,70
FT3	0,503	0,000	4,50
FT4	0,496	0,329	4,42
FT5	0,476	0,686	4,34
FT6	0,378	1,784	4,17
M1	0,446	-1,052	4,37
M2	0,541	-0,310	4,48
M3	0,520	0,248	4,25
M4	0,513	0,213	4,14

Sumber: Data primer diolah,2020

Berdasarkan Tabel 4. Nilai *mean*, standar deviasi dan koefisien kemencengan (*skewness*) yang merupakan hasil analisis deskriptif data dapat disimpulkan bahwa distribusi data memiliki bentuk menceng kiri jika dibandingkan dengan distribusi normal. Hal ini disebabkan karena frekuensi kategori yang merupakan jawaban responden memiliki nilai yang tinggi pada kategori besar yaitu pada kategori 4 dan 5 yang masing-masing

dipilih oleh responden sebanyak 52% dan 46%.

D. Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu analisis untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir kuesioner dengan cara menghitung koefisien korelasi Pearson masing-masing item terhadap nilai total. Uji validitas akan menguji masing-masing variabel penelitian memuat 23 pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Ketentuan validitas instrumen benar apabila r hitung lebih besar dari r tabel atau bisa dilihat dari nilai *Corrected item total correlation*. Dimana untuk nilai r tabel pada taraf 5% dengan $n = 100$ adalah 0,195. Berikut adalah hasil uji validitas pada variabel *Perceived Usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Usefulness*

Variabel	No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
<i>Perceived Usefulness</i>	X1.1	0,327	0,195	Valid
	X1.2	0,516	0,195	Valid
	X1.3	0,606	0,195	Valid
	X1.4	0,657	0,195	Valid
	X1.5	0,574	0,195	Valid
	X1.6	0,601	0,195	Valid
	X1.7	0,528	0,195	Valid

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji seluruh item variabel *perceived usefulness* dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dibanding r tabel (0,195). Dalam penelitian ini berarti semua item variabel *perceived usefulness* telah memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat

mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel *Trust*

Variabel	No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
<i>Trust</i>	X2.1	0,526	0,195	Valid
	X2.2	0,626	0,195	Valid
	X2.3	0,620	0,195	Valid
	X2.4	0,573	0,195	Valid
	X2.5	0,687	0,195	Valid
	X2.6	0,611	0,195	Valid

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil uji seluruh item variabel *trust* dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dibanding r tabel (0,195). Dalam penelitian ini berarti semua item variabel *perceived usefulness* telah memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Fitur

Variabel	No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Kelengkapan Fitur	X3.1	0,366	0,195	Valid
	X3.2	0,553	0,195	Valid
	X3.3	0,762	0,195	Valid
	X3.4	0,765	0,195	Valid
	X3.5	0,515	0,195	Valid
	X3.6	0,564	0,195	Valid

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil uji seluruh item variabel kelengkapan fitur dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dibanding r tabel (0,195). Dalam penelitian ini berarti semua item variabel *perceived usefulness* telah memenuhi

persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Variabel	No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	Y1.1	0,604	0,195	Valid
	Y1.2	0,755	0,195	Valid
	Y1.3	0,759	0,195	Valid
	Y1.4	0,661	0,195	Valid

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan Tabel 4.15 hasil uji seluruh item variabel minat menggunakan *mobile banking* dapat dinyatakan valid, hal ini terbukti dengan nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dibanding r tabel untuk (0,195). Dalam penelitian ini berarti semua item variabel *perceived usefulness* telah memenuhi persyaratan validitas atau shahih secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitaas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's* diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai 1. Menurut Ghozali, suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.¹³³

¹³³ Chitra Laksmi Rithmaya, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatana, Sikap, Risiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank BCA Dalam Menggunakan *Internet Banking*", *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol.16, No. 1, Januari, 2016.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	N of Item	Keterangan
<i>Perceived Usefulness (X1)</i>	0,613	7	Reliable
<i>Trust (X2)</i>	0,659	6	Reliable
Kelengkapan Fitur (X3)	0,634	6	Reliable
Minat Menggunakan <i>Mobile Banking (Y)</i>	0,657	4	Reliable

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai reliabilitas *perceived usefulness* sebesar 0,613 sudah reliable karena lebih besar ($>0,60$).
2. Nilai reliabilitas *trust* sebesar 0,659 sudah reliable karena lebih besar ($>0,60$).
3. Nilai reliabilitas kelengkapan fitur sebesar 0,634 sudah reliable karena lebih besar ($>0,60$).
4. Nilai reliabilitas minat menggunakan *mobile banking* sebesar 0,657 sudah reliable karena lebih besar ($>0,60$).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui data yang diambil berasal dari populasi yang telah berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas banyak macamnya, yaitu: *Lilliefors*, *Kolmogorov Smirnov*, *Shapiro Wilk*, *Shapiro Francia*, *Skewness Kurtosis*, *Jarque Bera*, dan lain-lain. Penelitian ini menggunakan uji normalitas dengan melihat nilai residualnya.

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14367523
Most Extreme Differences	Absolute	.043
	Positive	.027
	Negative	-.043
Kolmogorov-Smirnov Z		.435
Asymp. Sig. (2-tailed)		.992

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Berdasarkan grafik 4.1 diketahui bahwa hasil uji normalitas menghasilkan *probability* sebesar 0,992 yang berarti jauh berada di atas nilai α sebesar 5% atau 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model terdistribusi normal sehingga analisis model regresi linier berganda dapat dilanjutkan.

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lain dalam satu model. Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas, dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Fator* (FIV) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas:

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas dengan VIF

Variabel	VIF
<i>Perceived Usefulness</i>	1.418647
<i>Trust</i>	1.413490
Kelengkapan fitur	1.016352

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews 9*, 2020

Berdasarkan hasil Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai *Contered VIF* dalam model regresi. Jika menggunakan *alpha/tolerance* = 10% atau 0,10 maka $VIF = 10$. Dari hasil *output* VIF hitung dari variabel *perceived usefulness* = 1,418647 < VIF = 10, variabel *trust* = 1,413490 < VIF = 10, variabel kelengkapan fitur = 1.016352 < VIF = 10. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari hasil uji heteroskedastisitas menggunakan Glejser. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Suatu model regresi yang baik adalah tidak terjadinya heteroskedastisitas, yang berarti tidak terjadinya ketidaksamaan varian antar variabel.

Tabel 4.17
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Variabel	Signifikansi
<i>Perceived Usefulness</i>	0.7829
<i>Trust</i>	0.9644
Kelengkapan Fitur	0.5454
<i>Prob. Chi square (3) :</i>	0.9299

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews 9*, 2020

Berdasarkan Tabel 4.18 terlihat bahwa nilai *p value* yang ditunjukkan dengan nilai *Prob. Chi square* (3) yaitu sebesar 0.9299 > 0,05 maka, model regresi bersifat homoskedastisitas dan tidak ada masalah asumsi non heteroskedastisitas.

Selain itu berdasarkan hasil perhitungan masing-masing variabel independen, yaitu: *perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur menunjukkan nilai sebesar 0.7829; 0.9644; dan 0.5454. Semua nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 (> 0,05). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas atau independen tidak terjadi hubungan heteroskedastisitas dan layak untuk diteliti.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mempelajari hubungan dari dua variabel atau lebih. Hasil pengujian pengaruh variabel independen (*perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur) terhadap variabel dependen (minat menggunakan *mobile banking*) dengan menggunakan uji regresi linier berganda yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Standar Error	t-statistik	Signifikansi
Konstanta	-0.051701	2.773177	-0.018643	0.9852
<i>Perceived usefulness</i> (x_1)	0.160629	0.075679	2.122493	0.0364
<i>Trust</i> (x_2)	0.260041	0.067670	3.842775	0.0002
Kelengkapan fitur (x_3)	0.212363	0.072543	2.927410	0.0043
<i>Adjusted R Square</i> : 0.313465				
Nilai F : 16.06747				
Signifikansi : 0.000000				

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews* 9, 2020

Tabel 4.19 digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0.051701 + 0.160629 X_1 + 0.260041 X_2 + 0.212363 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat menggunakan *mobile banking*

X1 = *perceived usefulness*

X2 = *trust*

X3 = kelengkapan fitur

e = *residual error*

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai variabel yang terdiri dari *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur mempunyai nilai konstan (nol), maka variabel minat menggunakan *mobile banking* akan tetap sebesar -0.051701, karena nilai konstanta menunjukkan nilai negatif sehingga minat nasabah menggunakan *mobile banking* cenderung rendah.

- b. Nilai koefisien *perceived usefulness* (X1) sebesar 0.160629 menunjukkan variabel *perceived usefulness* (X1) berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Artinya setiap ada penambahan 1 nasabah *perceived usefulness* maka akan meningkatkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.160629. Dan setiap ada penurunan 1 nasabah *perceived usefulness* maka akan menurunkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.160629.
- c. Nilai koefisien *trust* (X2) sebesar 0.260041 menunjukkan variabel *trust* (X2) berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Artinya setiap ada penambahan 1 nasabah *trust* maka akan meningkatkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.260041. Dan setiap ada penurunan 1 nasabah *trust* maka akan menurunkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.260041.
- d. Nilai koefisien kelengkapan fitur (X3) sebesar 0.212363 menunjukkan variabel kelengkapan fitur (X3) berpengaruh positif terhadap penggunaan *mobile banking*. Artinya setiap ada penambahan 1 nasabah kelengkapan fitur maka akan meningkatkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.212363. Dan setiap ada penurunan 1 nasabah kelengkapan fitur maka akan menurunkan minat pengguna *mobile banking* sebesar 0.212363.

Dari persamaan regresi berganda tersebut menunjukkan bahwa variabel *trust* adalah variabel yang paling mempengaruhi secara signifikan yaitu sebesar 0.260041.

5. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini antara lain:

H1 : *Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri).

H2 : *Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri).

H3 : Kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri).

H4: *Perceived usefulness, trust, dan kelengkapan fitur pada mobile banking* secara bersamaan berpengaruh terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri).

a. Uji secara parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel independen. Uji t digunakan untuk melihat pengaruh secara parsial antara X1 terhadap Y, X2 terhadap Y, X3 terhadap Y. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1 : Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika probabilitas $> 0,05$, maa H_a ditolak dan H_0 diterima.

Cara 2 : Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis tidak teruji

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis teruji

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Nama Variabel	t tabel	t hitung	Sig.
<i>Perceived Usefulness</i>	1,985	2.122493	0.0364
<i>Trust</i>	1,985	3.842775	0.0002
Kelengkapan Fitur	1,985	2.927410	0.0043

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews 9*, 2020

Berdasarkan hasil statistik pada tabel 4.20 dapat diuraikan sebagai berikut:

1) *Perceived Usefulness* (X1)

Dari tabel di atas nilai signifikansi untuk variabel *perceived usefulness* adalah 0.0364, dibanding dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0.0364 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “*Perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri)”. **Teruji**

Dalam *coefficient* diperoleh nilai t_{hitung} koefisien *perceived usefulness* adalah 2.122493. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$ karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df = n-k-1 = 100-3-1 = 96$ (dimana n adalah jumlah data). Di dapat t_{tabel} adalah 1,985. Kerena

$t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.122493 > 1,985$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 1 yang berbunyi “*perceived usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri). **Teruji**

2) Trust (X2)

Dari tabel di atas nilai signifikansi untuk variabel *trust* adalah 0.0002, dibanding dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0.0002 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang berbunyi “*Trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri)”. **Teruji**

Dalam *coefficient* diperoleh nilai t_{hitung} koefisien *perceived usefulness* adalah 3.842775. Sedangkan tabel bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df = n-k-1 = 100-3-1 = 96$ (dimana n adalah jumlah data). Di dapat t_{tabel} adalah 1,985. Kerena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.842775 > 1,985$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa *trust* berpengaruh positif signifikan terhadap

minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 2 yang berbunyi “*trust* berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri). **Teruji**

3) Kelengkapan fitur (X3)

Dari tabel di atas nilai signifikansi untuk variabel kelengkapan fitur adalah 0.0043, dibanding dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) maka $0.0043 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 3 yang berbunyi “kelengkapan fitur berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri)”.

Teruji

Dalam *coefficient* diperoleh nilai t_{hitung} koefisien kelengkapan fitur adalah 2.927410. Sedangkan t_{tabel} bisa dihitung pada tabel t-test dengan $\alpha = 0,05$, karena digunakan hipotesis dua arah, ketika mencari t_{tabel} nilai α dibagi 2 menjadi 0,025 dan $df = n-k-1 = 100-3-1 = 96$ (dimana n adalah jumlah data). Di dapat t_{tabel} adalah 1,661. Kerena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.927410 > 1,985$), maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak yang berarti bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 3 yang berbunyi “kelengkapan

fitur berpengaruh signifikan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri). **Teruji**

b. Uji secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama berpengaruh signifikan, apakah variabel *perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

Cara 1 : Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima.

Cara 2 : Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis tidak teruji

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis teruji

Tabel 4.20
Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)

F hitung	F tabel	Signifikansi
16.06747	2,70	0.000000

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews 9*, 2020

Berdasarkan tabel di 4.21 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000000, maka $0.000000 < 0,05$ yang berarti bahwa hipotesis 4 “*Perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur pada *mobile banking* secara bersamaan (simultan) berpengaruh terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri)”. **Teruji**

Sedangkan nilai F_{hitung} diperoleh 16.06747 dan F_{tabel} sebesar 2,70 (diperoleh dengan mencari v_1 dan v_2 , $v_1 = k$, $k =$ jumlah variabel independen, $v_2 = n-k-1 = 100-3-1$). Dari perbandingan tersebut dapat diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16.06747 > 2,70$) yang berarti bahwa (*perceived usefulness, trust*, kelengkapan fitur secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di bank Muamalat Kediri. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa hipotesis 4 yang berbunyi “*Perceived usefulness, trust*, dan kelengkapan fitur pada *mobile banking* secara bersamaan berpengaruh terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksi (Studi Kasus Pada Bank Muamalat KCU Kediri)”. **Teruji**

c. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
0.334	0.314

Sumber: Analisis data primer yang diolah dengan *Eviews 9*, 2020

Dalam tabel 4.22 angka *R Square* atau koefisien determinasi adalah 0.334 atau 33,4%. Diketahui pula nilai *Adjusted R Square* adalah 0.314 atau sama dengan 31,4%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kontribusi yang diberikan *perceived usefulness, trust*, kelengkapan fitur terhadap minat penabung menggunakan *mobile banking* pada Bank

Muamalat KCU Kediri sebesar 33,4% sedangkan sisanya sebesar 66,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam model regresi penelitian ini.

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCP Kediri. Peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan menyebarkan 100 kuesioner yang disebar kepada nasabah Bank Muamalat KCU Kediri. Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian adalah sebagai berikut:

A. Pengaruh *Perceived Usefulness* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil pengujian berdasarkan *output* statistik menunjukkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri, artinya semakin tinggi *perceived usefulness* maka, semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Dan apabila semakin turun *perceived usefulness* maka, semakin turun pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri.

Alasan *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah nasabah sekarang lebih meminati *mobile banking* yang memiliki manfaat lebih banyak dan lengkap yang sesuai dengan kebutuhannya. Ketika suatu perbankan dapat memberikan layanan

mobile banking yang lebih unggul dalam memberikan manfaat terhadap nasabahnya serta sesuai kebutuhan nasabah. Maka, hal ini dapat mempengaruhi keputusan nasabahnya untuk menggunakan *mobile banking*. Bank Muamalat harus bisa menyediakan pelayanan yang sesuai kebutuhan para nasabahnya sehingga nasabah lebih meminati untuk menggunakan Muamalat *mobile banking* karena faktor manfaat yang diperoleh dari penggunaan Muamalat *mobile banking* lebih banyak/unggul. Semakin banyak manfaat yang diberikan Bank Muamalat kepada nasabah, maka semakin baik pula persepsi yang terbentuk nasabah. Terbentuknya Persepsi manfaat bukan hanya dialami oleh seseorang yang telah menggunakan layanan *mobile banking*. Tetapi juga, dapat terbentuk dari nasabah yang mendapatkan rekomendasi dari orang lain yang telah berpengalaman dalam menggunakan layanan *mobile banking* sebelumnya.

Untuk meningkatkan minat nasabah dalam menggunakan Muamalat *mobile banking*, bank Muamalat dapat memberikan layanan yang sesuai kebutuhan nasabah seperti adanya layanan transfer uang, RTGS dan SKN, pengisian pulsa hp, pengisian pulsa token listrik, pemesanan tiket pesawat, layanan publik berupa Telkom *pay*, layanan penyaluran zakat dll. Hal tersebut dapat dilakukan bank Muamalat guna berusaha memberikan layanan *mobile banking* yang sesuai kebutuhan nasabahnya. Layanan *mobile banking* yang diberikan untuk nasabahnya bukan hanya semata untuk mendapatkan manfaat berupa duniawi tetapi juga manfaat ukhrawi.

Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan layanan fitur berupa

jadwal sholat, fitur arah kiblat serta layanan pendistribusian harta berupa layanan zakat. Dengan menyediakan beberapa layanan tersebut dapat memberikan beberapa manfaat bagi nasabahnya salah satunya adalah menjadikan pekerjaan para nasabah lebih mudah dalam melakukan transfer, karena tidak diperlukanya melakukan transfer melalui *counter teller* maupun ATM sehingga dapat lebih efektif dan tidak memerlukan waktu yang banyak. Temuan dalam penelitian ini sesuai dengan konsep dari Davis yang dikutip oleh Abi Fadlan, Rizki Yudhi Dewantara yang mengkonsepkan bahwa persepsi kegunaan diukur melalui indikator meningkatkan efektifitas kinerja, menambah produktivitas, menjadikan pekerjaan lebih mudah serta sistem bermanfaat bagi individu.¹³⁴

Manfaat merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya. Menurut Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara mengatakan bahwa *perceived usefulness* merupakan suatu kepercayaan seseorang akan manfaat yang timbul akibat menggunakan suatu teknologi.¹³⁵ Artinya dengan menggunakan teknologi tertentu dapat meningkatkan kinerja orang yang menggunakannya dalam melakukan setiap pekerjaanya. Arus perkembangan teknologi yang semakin menyebar luas pada lapisan kehidupan masyarakat didorong oleh pergeseran ekonomi yang yang didominasi oleh

¹³⁴ Abi Fadlan, dkk, "Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya)", *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol.62, No. 1, September 2018

¹³⁵ Giga Bawa Laksana, dkk, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang Jawa Tengah)", *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 26, No.2, 2015.

jasa serta adanya evolusi karena perdagangan global dengan cepat melanda seluruh dunia.¹³⁶ Menurut penelitian Dedeh Sri Sudaryanti, Nana Sahroni, dan Ane Kurniawati dari aspek perbankan, teknologi memiliki peranan penting untuk meningkatkan pendapatan/ profitabilitas dengan alasan penggunaan teknologi lebih efisien dalam melakukan pelayanan terhadap nasabah dan meningkatkan transaksi nasabah karena kemudahan yang diberikannya.¹³⁷ Artinya, dengan keunggulan manfaat yang dimiliki oleh layanan *mobile banking* akan lebih menarik nasabah untuk menggunakannya, sehingga lebih meningkatkan transaksi yang dilakukan oleh nasabah dengan alasan nasabah lebih konsisten dalam melakukan transaksi dan dapat memberikan keuntungan bagi bank dalam meningkatkan pendapatannya. Hal ini dapat dijelaskan bahwa penggunaan teknologi memberikan banyak manfaat bagi para penggunanya, terutama dapat mempermudah seseorang dalam melakukan suatu kegiatan yang berhubungan dengan transaksi di perbankan.

Manfaat dalam *mobile banking* merupakan manfaat yang diperoleh atau yang diharapkan oleh setiap nasabah dalam melaksanakan pekerjaannya. *Perceived usefulness* atau persepsi manfaat merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Persepsi konsumen tentang manfaat merupakan seberapa jauh atribut tertentu menghasilkan atau memberikan manfaat tertentu. Seseorang akan mencari produk atau jasa yang akan menyelesaikan masalah-masalah dan memenuhi

¹³⁶ Muhammad Zamroni, "Perkembangan Teknologi Komunikasi dan Dampaknya Terhadap Kehidupan, *Jurnal DAKWAH*, Vol.10, No. 2, Juli-Desember 2009

¹³⁷ Dedeh Sri Sudaryanti, dkk, "Analisis Pengaruh *Mobile Banking* Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Perbankan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol.4, No. 2, November 2018.

kebutuhan mereka, atau dengan kata lain, memiliki atribut yang akan memberikan manfaat yang dapat dikenal.¹³⁸ Manfaat disini merupakan sejauh mana produk, atau jasa tertentu akan memberikan suatu manfaat tertentu. Ketika nasabah mengambil keputusan, ia akan lebih memilih keputusan berdasarkan persepsinya terhadap barang yang dianggapnya memiliki nilai lebih jika digunakannya. Seperti nilai efisiensi, maupun dapat memudahkan pekerjaannya.

Penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin dirasakan nilai kegunaan atau manfaat dari penggunaan *mobile banking* maka semakin meningkat kemauan seseorang untuk menggunakan *mobile banking*. Apa yang diperoleh seseorang akan membuat *mindset* seseorang sesuai dengan yang diperoleh. Seiring berkembangnya teknologi dalam perbankan, nasabah lebih meminati layanan yang memberikan manfaat lebih banyak dalam kegiatan transaksinya.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Imam Sugih Rahayu dengan judul “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)” yang menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹³⁹

¹³⁸ Eta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi, 2013), hal.202-203

¹³⁹ Imam Sugih Rahayu, “Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Dengan Menggunakan Kerangka *Technology Acceptance Model* (TAM) (Studi Kasus PT Bank Syariah Mandiri Cabang Yogyakarta)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* (JESI), Vol.5, No. 2 Desember 2015.

Selain itu penelitian terdahulu oleh peneliti Abi Fadlan, dkk dengan judul “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya” yang menemukan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *Mobile Banking*.¹⁴⁰ Hal ini berarti manfaat yang dirasakan responden pada penggunaan *mobile banking* merupakan salah satu faktor yang membuat seseorang berminat dalam menggunakan *mobile banking* yang digunakan dalam melakukan transaksi dalam dunia perbankan. Dalam penggunaan *mobile banking* banyak manfaat yang akan diperoleh salah satunya yaitu dapat menghemat waktu seseorang dalam melakukan transaksi perbankan karena tidak perlunya seseorang untuk datang langsung ke *Teller* maupun ATM.

Jadi, hasil analisis diatas menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Muamalat KCU Kediri. Hal ini disebabkan nasabah merasa mudah dan merasa terbantu saat menggunakan *mobile banking* Bank Muamalat sehingga nasabah tetap menggunakannya untuk keperluan perbankan.

¹⁴⁰ Abi Fadlan, dkk, “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* (Studi pada Mahasiswa Pengguna *Mobile Banking* Universitas Brawijaya”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.62, No. 1, September 2018.

B. Pengaruh *Trust* Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Hasil pengujian berdasarkan output statistik menunjukkan bahwa *trust* berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri, artinya semakin tinggi *trust* maka, semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Dan apabila semakin turun *trust* maka, semakin turun pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri.

Dapat disimpulkan bahwa alasan *trust* dapat memengaruhi terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* yaitu, kepercayaan sendiri merupakan salah satu kunci untuk menarik minat seseorang dalam menggunakan *mobile banking*. Seiring maraknya kejahatan internet, keamanan dan kerahasiaan menjadi perhatian yang sangat dipertimbangkan bagi para nasabah yang ingin menggunakan layanan *mobile banking*. Alasan nasabah lebih mengutamakan keamanan dan kerahasiaan dari sistem *mobile banking* adalah nasabah lebih merasakan kenyamanan serta tidak adanya rasa kekhawatiran terhadap penggunaan layanan *mobile banking* yang memiliki tingkat keamanan dan kerahasiaan yang baik saat melakukan transaksi.

Untuk meningkatkan rasa *trust* nasabah terhadap layanan Muamalat *mobile banking*, Bank Muamalat perlu memberikan layanan *mobile banking* yang memiliki sistem keamanan serta sistem kerahasiaan yang baik untuk para nasabah. Hal ini dapat dilakukan bank Muamalat dengan menyediakan nomor khusus transaksi yang digunakan dalam melakukan transaksi dengan tujuan

menjaga keamanan dan kerahasiaan transaksi yang dilakukan para nasabahnya. Bank Muamalat telah menyediakan Nomor khusus transaksi tersebut yang biasa disebut dengan nomor TIN (*Transaction Identification Number*), nomor ini digunakan sebagai otentikasi setiap kegiatan transaksi *financial*. Sehingga, Bank muamalat disini hanya perlu melakukan kontinuitas dalam memperbaiki sistem keamanan yang dimilikinya, dengan tujuan untuk senantiasa menjaga kerahasaan nasabah guna untuk menghindari atau meminimalisir adanya *cyber crime*. Hal ini sesuai dengan teori yang ditemukan oleh Jia Shen yang dikutip oleh Hans Setiawan The Riady bahwa kepercayaan pengguna muncul berdasarkan keamanan, kerahasiaan serta, kompensasi.¹⁴¹ Bila teknologi *mobile banking* memiliki sistem keamanan, sistem kerahasiaan, serta kompensasi yang baik maka akan mempengaruhi minat seseorang nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan. Berdasarkan pernyataan Mowen dan Minor yang dikutip oleh Ujang Sumarwan menyatakan bahwa istilah pembentukan sikap konsumen seringkali menggambarkan hubungan antara kepercayaan sikap dan perilaku.¹⁴² Menurut Jia Shen yang dikutip oleh Hans Setiawan The Riady, Dahlia Br Ginting kepercayaan berarti bahwa nasabah percaya terhadap

¹⁴¹ Hans Setiawan The Riady, dkk, "Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus:PT Bank BPRKS Bandung)", *Jurnal Media Informatika*, Vol.14, No. 02, 2015

¹⁴² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen:Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002),hal. 135-136

keandalan pihak bank dapat menjamin keamanan dan kerahasiaan akun nasabah.¹⁴³ Keamanan berarti penggunaan sistem ini aman, risiko hilangnya data atau informasi sangat kecil dan resiko pencurian rendah. Kerahasiaan berarti segala hal yang berhubungan dan berkaitan dengan informasi pribadi pengguna akan terjamin kerahasiaanya.

Seorang nasabah akan lebih meminati *mobile banking* yang memiliki sistem keamanan yang baik. Karena, dengan keamanan yang baik akan lebih menjamin kerahasiaan seorang nasabah atas sistem yang digunakanya. Sehingga, suatu teknologi yang memiliki keamanan yang baik akan lebih meningkatkan persepsi baik terhadap nilai teknologi tersebut. Serta dengan adanya keamanan yang baik akan lebih menjamin kerahasiaan seorang nasabah atas sistem yang digunakanya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sherly Rakhmawati, Isharijadi dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun” juga menemukan bahwa *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.¹⁴⁴ Beberapa penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa rasa *Trust* seseorang terhadap

¹⁴³ Hans Setiawan The Riady, dkk, “Analisis Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Resiko, Kepercayaan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Dalam Menggunakan *E-Banking* (Studi Kasus:PT Bank BPRKS Bandung)”, *Jurnal Media Informatika*, Vol.14, No. 02, 2015

¹⁴⁴ Sherly Rakhmawati, dkk, “Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Sistem Internet Banking Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Pembantu Madiun”, *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol. 2, No.2, Oktober, 2013

mobile banking dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi *mobile banking*.

Jadi analisis berdasarkan penelitian variabel *trust* adalah variabel kepercayaan berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Muamalat, Khususnya pada nasabah Bank Muamalat KCU Kediri. Hal ini disebabkan layanan *mobile banking* bank muamalat memiliki komponen sistem keamanan, kerahasiaan serta kompensasi yang baik, sehingga nasabah minat menggunakannya.

C. Pengaruh Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

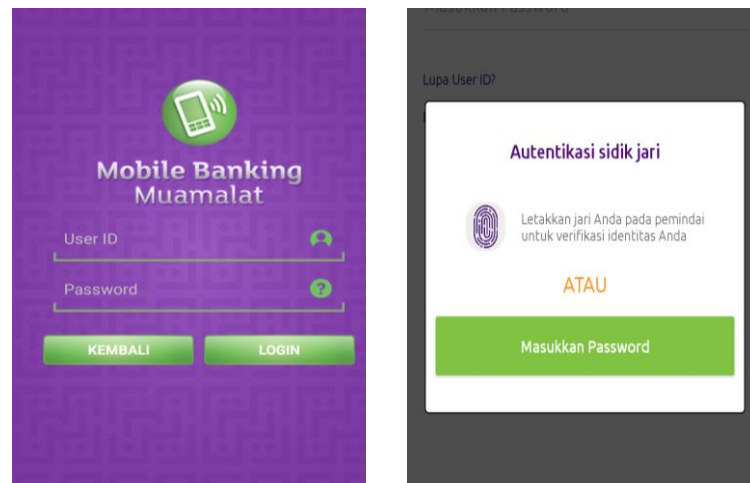
Hasil pengujian berdasarkan *output* statistik menunjukkan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh positif terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri, artinya semakin tinggi/baik kelengkapan fiturnya maka, semakin tinggi pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri. Dan apabila semakin turun/buruk kelengkapan fiturnya maka, semakin turun pula minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking* pada Bank Muamalat KCU Kediri.

Alasan kelengkapan fitur berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah Fitur merupakan salah satu faktor yang banyak dipertimbangkan nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Hal ini dikarenakan semakin besar manfaat suatu teknologi *mobile banking* maka akan semakin menarik minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Alasan kelengkapan fitur menjadi salah satu faktor yang dapat menarik minat nasabah menggunakan *mobile banking* adalah dengan adanya fitur-fitur yang lebih banyak yang sesuai dengan kebutuhan maka akan lebih banyak pula manfaat yang akan diperoleh nasabah dari penggunaan *mobile banking* tersebut.

Dalam meningkatkan minat para nasabahnya terhadap penggunaan *mobile banking*. Bank Muamalat perlu senantiasa melakukan inovasi terhadap fitur-fitur yang ada pada aplikasi *mobile banking*-nya. Hal ini dapat dilakukan oleh bank Muamalat dengan selalu melakukan inovasi baik dengan melakukan penambahan fitur maupun lainnya. Untuk sekarang ini, Muamalat *mobile banking* melakukan inovasi dengan mengembangkan Muamalat *mobile banking* menjadi Muamalat DIN. Muamalat DIN (*Digital Islamic Network*) merupakan aplikasi dari hasil pengembangan Muamalat *Mobile Banking*. Dimana dalam aplikasi tersebut ada tambahan *QR Code*, dan *push notification* sehingga memudahkan nasabah dalam melakukan aksesibilitas dalam layanan tersebut. Berikut tampilan dari penyempurnaan fitur yang ada pada *mobile banking* Muamalat ke Muamalat DIN:

Gambar 5.1

Tampilan *Mobile Banking* Muamalat dan Muamalat DIN

Sumber: Aplikasi *Mobile Banking* Muamalat dan Muamalat DIN, 2020

Berdasarkan tampilan gambar 5.1 dapat dilihat bahwa bank Muamalat telah melakukan inovasi berupa *push notification*. Kelebihan dari *push notification* yang ada pada Muamalat DIN adalah dapat mempermudah dan mempercepat pemilik ID dalam mengakses layanan tersebut tanpa harus memasukkan *password* seperti akses dalam *Mobile Banking* Muamalat walaupun di DIN sendiri juga terdapat *login* menggunakan *password*. Bank Muamalat disini hanya perlu melakukan kontinuitas dalam menyempurnakan fitur dengan cara melakukan penginovasian terhadap fitur pada Muamalat *mobile banking* dengan tujuan untuk senantiasa memberikan layanan teknologi yang mudah diakses serta fitur-fitur yang dapat mempermudah para nasabah dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang sesuai kebutuhannya.

Hal ini sesuai dengan teori yang ditemukan oleh Poon yang dikutip oleh Bambang Setiyo Pambudi menjelaskan bahwa ada beberapa indikator

fitur yang dapat mempengaruhi seseorang dalam meminati suatu teknologi yaitu: kemudahan akses informasi tentang produk dan jasa, keberagaman layanan transaksi, keberagaman fitur, dan inovasi produk.¹⁴⁵

Adapun teknologi *mobile banking* yang memiliki kelengkapan fitur yang sesuai kebutuhan para nasabah seperti adanya kelengkapan informasi, ketersediaanya fitur transaksi yang sesuai kebutuhan masyarakat akan lebih diminati dengan alasan masyarakat merasa lebih dipermudah dengan penggunaan fitur-fitur yang ada pada *mobile banking*. Selain itu kelengkapan fitur merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang salah satunya nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksinya secara *online*. Alasan lain nasabah menggunakan *mobile banking* adalah perkiraan secara objektif, dimana nasabah percaya mereka akan dapat melakukan transaksi *online* secara konsisten dan lebih lengkap sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan nasabah.

Menurut Dimas Prasetya fitur merupakan suatu sarana yang digunakan sebagai pembeda produk satu dengan produk yang lain sehingga memiliki karakteristik yang membedakan produk tersebut dengan produk yang lain.

Salah satu cara yang bisa dilakukan untuk memiliki karakteristik dalam suatu fitur yaitu dapat dilakukan dengan cara menyempurnakan fungsi suatu produk¹⁴⁶ Artinya kelengkapan fitur merupakan salah satu kunci faktor

¹⁴⁵ Bambang Setiyo Pambudi, "Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Benking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)", *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No.1, April 2014

¹⁴⁶ Dimas Prasetya, *Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Produk, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android*, (Yogyakarta: Skripsi,2016), Diakses Pada

untuk menarik minat para nasabah dalam memutuskan untuk menggunakan *mobile banking*. Dengan adanya fitur yang lengkap yang sesuai kebutuhan para nasabah pasti akan memiliki manfaat yang lebih banyak untuk para nasabahnya.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Risma Afifah dengan judul “Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan *Mobile Banking* Bank Syariah Mandiri” yang menemukan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹⁴⁷ Selain itu penelitian Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudaha dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Benking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)” juga menemukan bahwa kelengkapan fitur berpengaruh secara signifikan terhadap minat menggunakan *internet banking*.¹⁴⁸ Beberapa penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kelengkapan fitur dalam suatu teknologi, khususnya kelengkapan fitur pada *mobile banking* dapat mempengaruhi minat seseorang dalam menggunakan suatu sistem teknologi *mobile banking*.

Jadi analisis berdasarkan penelitian variabel kelengkapan fitur adalah berpengaruh terhadap penggunaan *mobile banking* Bank Muamalat di KCU

Tanggal : 07 Agustus 2019 Pukul : 09.51 WIB

¹⁴⁷ Risma Afifah, *Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Mandiri*, (Jakarta:Skripsi, 2017), Diakses Pada Tanggal: 18 Februari 2020 Pukul 21.35

¹⁴⁸ Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Benking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)”, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No.1, April 2014

Kediri. Hal ini disebabkan layanan *mobile banking* Bank Muamalat memiliki kemudahan akses informasi, fitur yang beragam, serta inovasi produk yang diperlukan oleh nasabah, sehingga nasabah tetap menggunakannya untuk keperluan dalam bertransaksinya di perbankan.

D. Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Trust*, Kelengkapan Fitur Terhadap Minat Memnggunakan *Mobile Banking*

Perceived usefulness, *trust*, kelengkapan fitur secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Bank Muamalat KCU Kediri. Hal ini berarti bahwa jika variabel *perceived usefulness* memberikan pengaruh positif maka akan diikuti pengaruh positif dari variabel *trust*, dan kelengkapan fitur. Jadi, ketika *perceived usefulness* meningkat maka *trust* dan kelengkapan fitur juga meningkat, yang akan diikuti dengan peningkatan minat penggunaan *mobile banking* di Bank Muamalat KCU Kediri.

Berdasarkan hasil pengujian data menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan *mobile banking* di bank muamalat KCU Kediri. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Cita Melasar, Agus Suroso, Ade Banana dengan judul “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Muamalat” yang menghasilkan bahwa secara simultan Kepercayaan, kemudahan penggunaan, kemanfaatan, sikap

penggunaan berpengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*.¹⁴⁹ Selain itu penelitian Ahmad, Bambang Setiyo Pambudi dengan judul “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Benking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)” juga menemukan bahwa persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan ketersediaan fitur, secara simultan berpengaruh terhadap minat ulang menggunakan *internet banking*.¹⁵⁰

Berdasarkan uji statistik, ketiga variabel yaitu *perceived usefulness*, *trust*, kelengkapan fitur secara parsial memiliki pengaruh terhadap minat menggunakan *mobile banking*, dimana variabel *trust* memiliki pengaruh paling besar terhadap minat menggunakan *mobile banking* dibanding dengan variabel yang lain.

Penelitian ini sesuai dengan teori menurut Kotler dan Keller yang dikutip oleh Azwar Haikal, dkk menyatakan bahwa perilaku minat seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologis seseorang yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepercayaan serta sikap. Sikap diartikan sebagai kecenderungan untuk mengevaluasi suatu objek atau produk secara positif ataupun negatif. Menurut Solomon yang dikutip oleh Azwar Haikal, dkk terdapat tiga dimensi yang membentuk sikap. Yaitu: atribut, kepercayaan, dan

¹⁴⁹ Cita Melasar, dkk, “Pengaruh Kepercayaan, Kegunaan, Kemudahan, Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* Bank Muamalat”, *Jurnal Performance*, Vol. 25, No. 01, 2018.

¹⁵⁰ Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Ulang Nasabah dalam Menggunakan *Internet Benking* (Studi Pada Program Layanan *Internet Banking* BRI)”, *Jurnal Studi Manajemen*, Vol.8, No.1, April 2014

manfaat.¹⁵¹ Dari tiga dimensi diatas dapat dihubungkan dengan judul penelitian ini yaitu pengaruh *perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur terhadap minat menggunakan *mobile banking* pada Muamalat. Kepercayaan yang diberikan bank berupa keamanan serta kerahasiaan dalam penggunaan *mobile banking*, serta kelengkapan fitur pada *mobile banking* yang sesuai kebutuhan nasabah sehingga memberikan manfaat yang lebih terhadap nasabahnya.

Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya peningkatan dalam *perceived usefulness*, *trust*, dan kelengkapan fitur maka akan mempengaruhi minat penabung dalam menggunakan *mobile banking* sebagai alat transaksinya di Bank Muamalat KCU Kediri.

¹⁵¹ Azwar Haikal, dkk, "Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Membeli Secara *Online* Pada Pengunjung *Website Classifieds* Di Indonesia", *Jurnal Of Management And Entrepreneurship Aducation*, Vol. 01, No. 01, April 2016