

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung Angkatan 2016-2019)” ini ditulis oleh Nur Indah Kurniawati NIM 17401163166, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan industri perbankan yang menuntut untuk memiliki keunggulan yang kompetitif sehingga pada akhirnya memunculkan fasilitas teknologi informasi modern yang maju. Adanya fitur-fitur layanan perbankan merupakan kebutuhan nasabah maupun pihak perbankan guna untuk mendapatkan keuntungan, sehingga perkembangan teknologi yang digunakan pihak perbankan di dalam penggunaan *mobile banking* harus mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi secara *online*.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan sumber data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner secara *online* melalui *google form*, dan disebarikan kepada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung Angkatan 2016-2019. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*. Tehnik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial, uji simultan, dan analisis koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah, variabel persepsi kenyamanan, persepsi kepercayaan, persepsi resiko secara simultan berpengaruh terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh koefisien masing-masing variabel persepsi kenyamanan (0,253), variabel persepsi kepercayaan (0,269), variabel persepsi resiko (0,619), semua berpengaruh positif terhadap minat menggunakan layanan *mobile banking* bank syariah.

Kata Kunci: Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko, Minat Mahasiswa Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Bank Syariah

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Perception of Convenience, Perception of Trust, and Perception of Risk on Interest in Using Services *Mobile Banking* Islamic Bank (Study on Students of Islamic Banking Department FEBI IAIN Tulungagung Class of 2016-2019)" was written by Nur Indah Kurniawati NIM 17401163166, Supervisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

This research is motivated by the development of the banking industry which demands to have a competitive advantage so that in the end it gives rise to advanced modern information technology facilities. The existence of banking service features is a need for customers and banks in order to gain profits, so the development of technology used by banks in the use of *mobile banking* must make it easier for customers to make transactions *online*.

The research method used is a quantitative method with data sources obtained from distributing questionnaires *online* via *google form*, and distributed to students of the Islamic Banking Department, Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Tulungagung Forces 2016-2019. The data collection technique was done by filling out a questionnaire. The sampling technique used is *simple random sampling*. The analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, partial test, simultaneous test, and analysis of the coefficient of determination.

The results of this study indicate that the perceived convenience variable has a significant effect on interest in using Islamic bank *mobile banking* services, the perceived trust variable has a significant effect on interest in using Islamic bank *mobile banking* services, the risk perception variable has a significant effect on interest in using Islamic bank *mobile banking* services, the perception variable convenience, perception of trust, perception of risk simultaneously affect interest in using Islamic bank *mobile banking* services. Based on the results of the multiple linear regression test, the coefficients of each variable are perceived comfort (0.253), perceived trust variable (0.269), risk perception variable (0.619), all of which have a positive effect on interest in using Islamic bank *mobile banking* services.

Keywords: Perception of Convenience, Perception of Trust, Perception of Risk, Interest in Student Using Services *Mobile Banking* Islamic Bank.