

BAB V

PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan menyebarkan kuesioner yang diajukan kepada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung yang mengetahui mobile banking. Dari data yang telah diperoleh dari hasil jawaban responden yang kemudian dilakukan pengujian data, sehingga dapat disimpulkan sebagai berikut:

A. Pengaruh Persepsi Kenyamanan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi kenyamanan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada hasil uji t (parsial) menunjukkan variabel persepsi kenyamanan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti hipotesis (H_a) diterima, dapat diartikan bahwa persepsi kenyamanan merupakan hal penting untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*. Semakin tinggi rasa kenyamanan yang diberikan oleh Bank Syariah akan berpengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan menggunakan *mobile banking*.

Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Davis (1992) bahwa persepsi kenyamanan merupakan sejauh mana individu percaya bahwa aktivitas menggunakan sistem dianggap menyenangkan dalam dirinya, dan penggunaan

sistem merupakan bagian dari konsekuensi kinerja yang disebabkan dari penggunaan sistem. Jika menggunakan suatu sistem terasa menyenangkan maka para pemakai akan termotivasi atau memiliki motivasi intrinsik untuk menggunakannya. Adanya asumsi persepsi kenyamanan akan membawa pengaruh positif terhadap implementasi sistem.⁶⁶

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan Mia Ulfatun (2018) yang menyatakan hasil variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁶⁷ Penelitian lain yang sesuai adalah penelitian Priestiani (2019) yang menyatakan hasil variabel persepsi kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁶⁸ Sehingga dapat dikatakan bahwa responden merasa *mobile banking* dapat memberikan kenyamanan yang lebih dan hal tersebut dapat mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *mobile banking*.

Jadi dapat disimpulkan variabel persepsi kenyamanan berarti nasabah bank merasa bahwa *mobile banking* atau *internet banking* itu fleksibel dalam hal waktu dan tempat. Menurut Poon (2008) *internet banking* menyediakan tingkat

⁶⁶ Rini Widianingsih, *Implementasi Britnes terhadap Kinerja Pegawai Dengan Perceived Enjoyment Dan Computer Playfulness sebagai Variabel Moderating*, Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi, No. 1, Vol 15 (Purwokerto, April 2017) hal 3

⁶⁷ Mia Ulfatun N, *Pengaruh persepsi kemudahan sistem dan persepsi kenyamanan terhadap sikap positif mahasiswa dalam menggunakan layanan m-banking bank Syariah*, Surabaya (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

⁶⁸ Priestiani Putri R. *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Kenyamanan Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking*, Yogyakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

kenyamanan yang lebih tinggi sehingga memudahkan nasabah bank untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun.⁶⁹

B. Pengaruh Persepsi Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada hasil uji t (parsial) menunjukkan variabel persepsi kepercayaan berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti hipotesis (Ha) diterima, dapat diartikan bahwa persepsi kepercayaan merupakan hal penting untuk meningkatkan minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*, berarti demikian semakin tinggi persepsi kepercayaan maka semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking*.

Sebagaimana teori yang dikemukakan oleh Mahardika dan Basuki dalam Setyo (2015), kepercayaan didefinisikan sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunanya.⁷⁰ Begitu juga Menurut Haydan dalam Hamidah (2017), kepercayaan konsumen merupakan kesediaan satu pihak menerima resiko dari pihak lain yang didasarkan pada

⁶⁹ Dede Dzurotun, *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking Mandiri*, Jurnal Manajemen, No. 1, Vol 13 (November 2013) hal 75

⁷⁰ Setyo Ferry Wibowo, *Pengaruh Persepsi manfaat, persepsi kemudahan, fitur layanan, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan E-Money card*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia, No. 1, Vol 6, (2015)

keyakinan dari hasil mempertimbangkan karakteristik pada pihak lain, yang akan melakukan tindakan sesuai dengan apa yang diharapkan, meskipun kedua belah pihak belum mengenal satu sama lain.⁷¹

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan M. Dwi Ardika (2018) yang menyatakan hasil variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁷² Penelitian lain yang sesuai adalah penelitian Maria Tika (2019) yang menyatakan hasil variabel persepsi kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁷³ Persepsi kepercayaan disini didefinisikan sebagai keyakinan yang dipegang oleh nasabah terhadap karakteristik bank yang mempengaruhi perilaku konsumen dimasa yang akan mendatang.

Jadi dapat disimpulkan minat bertransaksi terhadap penggunaan *mobile banking* dipengaruhi oleh persepsi kepercayaan, apabila persepsi kepercayaan tinggi maka akan menyakinkan pihak bank mampu menjalankan layanan tersebut.

⁷¹ Hamidah Harim, *Analisis Pengaruh Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Transaksi Penggunaan Paytren*, Jurnal EKOBISTEK, No.2, Vol 6, (2 September, 2017)

⁷² M. Dwi Ardika, *Pengaruh persepsi kemudahan, kepercayaan, dan resiko terhadap minat menggunakan mobile banking bank syariah*, Surakarta (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2018)

⁷³ Maria Tika S, *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Kemudahan, Dan Persepsi Kegunaan terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Internet Banking*, Bengkulu (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)

C. Pengaruh Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan analisis menunjukkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara persepsi resiko terhadap minat menggunakan mobile banking bank syariah. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada uji t (parsial) menunjukkan variabel persepsi resiko berpengaruh secara signifikan. Hal ini berarti hipotesis (Ha) diterima, maka demikian minimnya resiko yang terjadi maka minat mahasiswa atau pada penggunaan *mobile banking* akan semakin meningkat pula.

Teori yang dikemukakan Peter dan Olson dalam Sumarwan (2011) mendefinisikan bahwa persepsi resiko sebagai sebuah konsekuensi yang tidak diinginkan serta konsumen ingin menghindari resiko tersebut. Beberapa hal penting yang perlu dipahami pada resiko yaitu adanya konsekuensi dan ketidakpastian, bagi pengguna konsekuensi ini merupakan manfaat yang dirasakan setelah menggunakan sebuah produk atau layanan.⁷⁴

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Giga Bawa L, dkk (2015) yang menyatakan bahwa hasil variabel persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan mobile banking.⁷⁵ Penelitian lain yang sesuai adalah penelitian Dian Lusiana (2017) yang menyatakan bahwa hasil

⁷⁴ Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta PT. Ghalia Indonesia, 2011) hal 299

⁷⁵ Giga Bawa L. dkk, *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap minat Menggunakan Mobile Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, No. 2, Vol 26, (September 2015)

variabel resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*.⁷⁶

Jadi dapat disimpulkan minimnya resiko yang terjadi maka minat mahasiswa atau pada penggunaan *mobile banking* akan semakin meningkat pula. Hal ini didasari atas besarnya resiko yang dipersepsikan, keamanan transaksi yang dipersepsikan, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank yang dipersepsikan.

D. Pengaruh Persepsi Kenyamanan, Persepsi Kepercayaan, Persepsi Resiko terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* Bank Syariah pada Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat diperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Hal ini menunjukkan secara bersama-sama variabel persepsi kenyamanan (X_1), persepsi kepercayaan (X_2), persepsi resiko (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa menggunakan *mobile banking* pada mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah FEBI IAIN Tulungagung (Y). Masing-masing variabel dalam penelitian ini memberikan kontribusi positif untuk variabel minat menggunakan *mobile banking* bank syariah. Dengan kata lain hipotesis penelitian ini dapat diterima.

Minat merupakan keinginan dari dalam diri individu untuk melakukan suatu hal tanpa ada yang meminta. Minat timbul adanya ketertarikan terhadap suatu hal tertentu. Semakin seseorang tertarik terhadap suatu hubungan tersebut akan semakin besar minat seseorang. Apabila suatu sistem layanan teknologi

⁷⁶ Dian Lusiana N, *Analisis Pengaruh Manfaat, Kemudahan dan Risiko terhadap penggunaan Mobile Banking bank syariah di Surakarta*, Surakarta, (Skripsi Tidak Diterbitkan 2017)

bernilai atau bermanfaat bagi seorang individu maka individu tersebut akan berminat untuk menggunakan objek layanan tersebut serta yang dirasa dapat mendatangkan kepuasan baginya. Menurut Jogiyanto dalam Else (2019) pengukuran minat untuk menggunakan yaitu dari keinginan untuk menggunakan, selalu mencoba menggunakan, dan berlanjut dimasa yang akan datang.⁷⁷

Layanan *mobile banking* memiliki prospek yang besar untuk digunakan dikalangan mahasiswa yang notabnya adalah golongan *millennial* yang sadar akan hadirnya teknologi dan sebagai pengadopsi awal sebuah teknologi. Menurut penelitian yang dilakukan minat mahasiswa dalam menggunakan *mobile banking* juga dikarenakan mereka merasa bahwa menggunakan *mobile banking* lebih efektif dan efisien dimasa mendatang.

⁷⁷ Else Wili F, *Pengaruh Pengetahuan, Persepsi Manfaat, Keamanan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah, Tulungagung* (Skripsi Tidak Diterbitkan, 2019)