

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul **"Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking* Studi Pada di BSI Kantor Kas Tulungagung Trade Center (BRI Syariah)** yang ditulis oleh Selfia Berliana NIM. 17401163445, Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Drs. H. Mashudi, M. Pd. I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perbankan syariah sebagai upaya kaum muslimin untuk mendasari aspek kehidupan ekonominya yang berlandaskan Al-Qur'an dan As-Sunnah. Dalam kegiatan perbankan syariah, kepercayaan menjadi salah satu indikator yang mendorong bertumbuhnya jumlah nasabah pada bank tersebut. Selain itu kemudahan penggunaan serta kenyamanan yang diberikan oleh layanan *mobile banking* pada Bank BRI Syariah kepada masyarakat dapat mendorong minat nasabah dalam menggunakan produk-produknya. Dalam mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi nasabah, maka pihak bank harus memperhatikan kepercayaan yang dimiliki serta kemudahan layanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (2) Untuk menguji pengaruh persepsi daya guna secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (3) Untuk menguji pengaruh kenyamanan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (4) Untuk menguji pengaruh kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (5) Untuk menguji pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dan dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (2) Persepsi daya guna secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (3) Kenyamanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (4) Kepercayaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking*. (5) Persepsi kemudahan penggunaan, persepsi daya guna, kenyamanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah menggunakan layanan *Mobile Banking* di Bank BRI Syariah Kantor Kas Tulungagung.

**Kata Kunci** : Bank Syariah, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Kenyamanan, Kepercayaan dan Minat Nasabah

## ABSTRACT

*Thesis with the title "Factors Influencing Customer Interest in Using Mobile Banking Services (Study at BRI Syariah Bank Tulungagung Cash Office)" written by Selfia Berliana NIM. 17401163445, Department of Islamic Banking, Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute, supervisor Drs. H. Mashudi, M. Pd. I.*

*This research is motivated by Islamic banking as an effort by Muslims to base aspects of their economic life based on the Qur'an and As-Sunnah. In Islamic banking activities, trust is one of the indicators that encourage the growth of the number of customers at the bank. In addition, the ease of use and convenience provided by mobile banking services at BRI Syariah Bank to the public can encourage customer interest in using its products. In influencing people's interest to become customers, the bank must pay attention to the trust they have and the ugliness of the services provided. The purposes of this study are as follows: (1) To examine the effect of perceived ease of use partially affects customer interest in using Mobile Banking services. (2) To examine the effect of perception of usability partially affects customer interest in using Mobile Banking services. (3) To test the effect of convenience partially affects customer interest in using Mobile Banking services. (4) To test the effect of trust partially affects customer interest in using Mobile Banking services. (5) To examine the effect of perceptions of ease of use, perceptions of usability, convenience and trust that simultaneously affect customer interest in using Mobile Banking services at Bank BRI Syariah Tulungagung Cash Office.*

*This research method uses a quantitative approach with the type of associative research. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques in this study used a questionnaire or a questionnaire and documentation. Sampling using proportionate random sampling technique with a total sample of 100 respondents. Measurements in this study used a Likert scale. The data analysis method used is multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis.*

*The results of the study show that (1) Perception of ease of use partially has a positive and significant effect on customer interest in using Mobile Banking services. (2) The perception of usability partially has a positive and significant effect on customer interest in using Mobile Banking services. (3) Convenience partially has a positive and significant effect on customer interest in using Mobile Banking services. (4) Trust partially has a positive and significant effect on customer interest in using Mobile Banking services. (5) Perceptions of ease of use, perceptions of usability, convenience and trust simultaneously have a positive and significant effect on customer interest in using Mobile Banking services at Bank BRI Syariah Tulungagung Cash Office.*

**Keywords:** *Islamic Bank, Perception of Ease of Use, Perception of Usability, Convenience, Trust and Customer Interest*