

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking di Perbankan Syariah (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI Angkatan 2018 dan 2019 UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)” ini ditulis oleh Riza Trisnafi, NIM. 12401183312, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, yang dibimbing oleh Dr. Sutopo, M.Pd.

Penelitian ini di latarbelakangi oleh dengan adanya kecanggihan teknologi dimana pengguna internet dalam aspek kehidupan sangatlah banyak, sehingga industri perbankan syariah menyediakan layanan yang disebut elektronik banking atau yang biasanya disebut dengan *e-banking* atau *mobile banking*. Maka dari itu bagaimana Perbankan Syariah dapat menarik nasabah khususnya Mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung sehingga dapat tertarik dalam menggunakan jasa perbankan syariah. Karena tingkat persaingan antar lembaga keuangan syariah dan non syariah yang sangat tinggi, maka strategi perbankan syariah yang harus digunakan adalah dengan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan *mobile banking*.

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menguji apakah ada pengaruh secara positif signifikan persepsi kegunaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (2) Menguji apakah ada pengaruh secara positif signifikan kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (3) Menguji apakah ada pengaruh secara positif signifikan Risiko terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (4) Menguji apakah ada pengaruh secara positif signifikan persepsi kegunaan, kepercayaan dan Risiko secara simultan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer dengan jumlah populasi sebanyak 2988 dan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Pengolahan data yang digunakan yaitu SPSS 25. Pada penelitian ini menggunakan uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Persepsi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (2) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (3) Risiko berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah (4) Persepsi Kegunaan, Kepercayaan dan Risiko secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking* di Perbankan Syariah.

Kata Kunci : *Kepercayaan, Persepsi Kegunaan, Perbankan Syariah, Minat Menggunakan, Risiko*

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Perceptions of Usefulness, Trust and Risk on Interest in Using Mobile Banking in Islamic Banking (Case Study on 2018 and 2019 FEBI Students at UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung)" was written by Riza Trisnafi, NIM. 12401183312, Faculty of Islamic Economics and Business, Department of Islamic Banking, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, who was supervised by Dr. Sutopo, M.Pd.

This research is motivated by the existence of technological sophistication where there are many internet users in aspects of life, so the Islamic banking industry provides a service called electronic banking or what is usually called e-banking or mobile banking. Therefore, how can Islamic Banking attract customers, especially students, especially students of the Faculty of Economics and Business Isam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung so that they can be interested in using Islamic banking services. Because the level of competition between Islamic and non-Islamic financial institutions is very high, the Islamic banking strategy that must be used is to look at the factors that influence consumer behavior in using mobile banking.

This study aims to (1) examine whether there is a significant positive effect of perceived usefulness on interest in using mobile banking in Islamic banking (2) Test whether there is a significant positive effect of trust on interest in using mobile banking in Islamic banking (3) Test whether there is an effect positively significant risk on interest in using mobile banking in Islamic banking (4) Testing whether there is a significant positive effect of perceived usefulness, trust and risk simultaneously on interest in using mobile banking in Islamic banking.

This study uses a quantitative approach and the type of associative research. The source of the data used is primary data with a total population of 2988 and a total sample of 98 respondents. The data collection technique used is a questionnaire. The data processing used is SPSS 25. This study uses descriptive statistical tests, validity tests, reliability tests, normality tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis tests, hypothesis tests and coefficients of determination (R²).

The results of this study indicate that (1) Perceived usefulness has a positive and significant effect on interest in using mobile banking in Islamic Banking (2) Trust has a positive and significant effect on interest in using mobile banking in Islamic Banking (3) Risk has a positive and insignificant effect on interest in using mobile banking in Islamic banking (4) Perceptions of usability, trust and risk simultaneously have a positive and significant effect on interest in using mobile banking in Islamic banking.

Keywords: Trust, Perceived Usefulness, Islamic Banking, Interest in Using, Risk