

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, LOKASI DAN
LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP MINAT MASYARAKAT
DESA SIMORO MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING***



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S.E)
Pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu*

Oleh :

**DESI ERISKA
NIM. 20.5.15.0054**

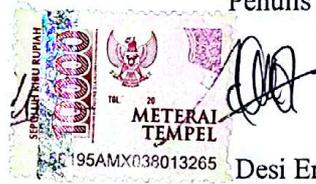
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Jika dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Palu, 18 Desember 2024 M
16 Jumadil Akhir 1446 H

Penulis



Desi Eriska
NIM. 20.5.15.0054

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Desa Simoro Menggunakan *Mobile Banking* oleh mahasiswi **DESI ERISKA NIM.205150054**, mahasiswi Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan saksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diujikan.

Palu, 18 Desember 2024 M
16 Jumadil Akhir 1446 H

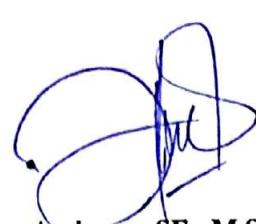
Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Ubay Harun, M.Si

NIP. 19700720 199903 1 003


Asriyana, SE., M.Se

NIP. 19911211 202012 2 004

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi saudara (i) Desi Eriska, NIM. 20.5.15.0054 dengan judul “**Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi Dan lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Desa Simoro Menggunakan Mobile Banking**” yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 19 September 2024 M yang bertepatan dengan tanggal 17 Jumadil Akhir 1446 H. Dipandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi kriteria penulisan karya ilmiah dan dapat diterima sebagai persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Program Studi Perbankan Syariah dengan beberapa perbaikan.

DEWAN PENGUJI

Jabatan	Nama	Tanda tangan
Ketua	Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.	
Munaqisy I	Nurfitriani, S.E., M.E	
Munaqisy II	Noor Riefma Hidayah, S.E., AK., M.Sc	
Pembimbing I	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Pembimbing II	Asriyana, S.E., M.Sc	

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.
NIP. 19650612 199203 1 004

Ketua Program Studi



Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP. 19871110 201903 1 006

KATA PENGANTAR

الرُّجِيمِ الرَّحْمَنِ اللَّهُ بِسْمِ

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah, skripsi ini dapat diselesaikan sesuai target waktu yang telah direncanakan. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw, beserta segenap keluarga dan sahabatnya yang telah mewariskan berbagai macam hukum sebagai pedoman umatnya.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan, perhatian dan pengarahan. Maka penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Patutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang ikhlas secara khusus dan penuh hormat kepada orang tua penulis yaitu Ayah Abd.Hair dan Ibu Dewi yang tersayang, begitu banyak pengorbanan, mendoakan, memberikan motivasi, semangat dan mendidik penulis dari jenjang Pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Juga, adik penulis yaitu Riski Ramadhan yang senantiasa selalu memberikan semangat kepada penulis.
2. Prof. Dr. H. Lukman S Thahir, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Prof. Dr. Hamlan, M.Ag. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. H. Faisal Attamimi, S.Ag., M.Fil.I. selaku Wakil Rektor

Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama beserta jajarannya yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.

3. Dr. Sagir Muhammad Amin, M,Pd.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syakir Sofyan, S.E.I., M.E.I selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I selaku Dekan Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama, dan Raodhah, S.Ag., M.Pd.I selaku Kabag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si selaku sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
5. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku Dosen Penasehat Akademik yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Dr. Ubay Harun, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Asriyana, SE., M.Se selaku pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, yang dengan setia, tulus dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis selama kuliah.
8. Seluruh staf akademik dan umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.

9. Semua keluarga penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang sudah mendoakan, memotivasi mendukung dan membantu penulis baik berupa materi maupun non-materi, dan terima kasih atas tutur kata yang menyakitkan yang telah penulis terima sehingga dengan cacian itu yang menjadikan penulis ingin membuktikan bahwa penulis bisa selesai.
10. Teruntuk Natasha Aureli Clarestha, Selvia dan Jihan Fahira terima kasih telah banyak berkontribusi untuk penulis, yang telah memberikan dorongan, dukungan dan motivasi serta bantuan materi maupun non-materi yang tidak bosan-bosan penulis repotkan selama menjalani perkuliahan mulai dari maba sampai sekarang ini.
11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri Desi Eriska terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan telah kuat sampai detik ini yang mampu mengendalikan diri dari tekanan luar, terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dan telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimanapun berada. Terima kasih diriku semoga tetap rendah hati, ini baru awal dari permulaan hidup, tetap semangat kamu pasti bisa. Apapun

kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri *"YOU ARE GREAT AND THE BEST"*.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan, pengalaman dan pengetahuan dari penulis. Sehingga saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita dan para pembaca, dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dibidang Perbankan Syariah. Aamiin Yaa Rabbal'Alaamin.

Palu, 18 Desember 2024 M
16 Jumadi Akhir 1446 H

Penulis



Desi Eriska
NIM. 20.5.15.0054

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Garis garis Besar isi	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	14
1. <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2. Kepercayaan	15
3. Kemudahan	18
4. Lokasi	22
5. Lingkungan Sosial	24
6. <i>Mobile Banking</i>	25
7. Minat	31
C. Kerangka Pemikiran	32
D. Hipotesis	33
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Desain Penelitian	35
B. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36
2. Sampel	38
C. Variabel Penelitian	40
1. Variabel Bebas (Independen)	40
2. Variabel Terkait (Dependen)	41
D. Definisi Operasional Variabel	41
E. Instrumen Penelitian	44

F. Teknik Pengumpulan Data	45
1. Kuesioner	45
2. Dokumentasi	46
G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Instrumen Data	47
2. Uji Asumsi Klasik	48
3. Uji Regresi Berganda	50
4. Uji Hipotesis	51
5. Koefisien Determinan (R ²)	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Peneliti	53
1. Sejarah Desa Simoro	53
2. Kondisi Geografis	57
B. Hasil Penelitian	58
C. Teknik Analisis Data	74
1. Uji Instrumen Penelitian	74
2. Uji Asumsi Klasik	80
3. Analisis Regresi Linear Berganda	84
4. Uji Hipotesis	87
5. Uji Koefisien Determinan	91
D. Pembahasan Hasil Penelitian	92
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	106
B. Saran	108

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	: Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3.1	: Populasi Penelitian.....	37
Tabel 3.2	: Perhitungan Jumlah Sampel	39
Tabel 3.3	: Definisi Operasional Variabel	41
Tabel 3.4	: Skala Likert	45
Tabel 4.1	: Deskripsi Kuesioner	58
Tabel 4.2	: Jenis Kelamin	59
Tabel 4.3	: Sampel Tiap Dusun	59
Tabel 4.4	: Umur	60
Tabel 4.5	: Menggunakan Dan Tidak Menggunakan	60
Tabel 4.6	: Deskripsi Hasil Variabel Kepercayaan.....	61
Tabel 4.7	: Deskripsi Hasil Variabel Kemudahan	64
Tabel 4.8	: Deskripsi Hasil Variabel Lokasi	66
Tabel 4.9	: Deskripsi Hasil Variabel Lingkungan Sosial.....	69
Tabel 4.10	: Deskripsi Hasil Variabel Minat Masyarakat.....	71
Tabel 4.11	: Uji Validitas Variabel X1	75
Tabel 4.12	: Uji Validitas Variabel X2	76
Tabel 4.13	: Uji Validitas Variabel X3	76
Tabel 4.14	: Uji Validitas Variabel X4	77
Tabel 4.15	: Uji Validitas Variabel Y	78
Tabel 4.16	: Hasil Uji Reabilitas	79
Tabel 4.17	: Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.18	: Hasil Uji Multikolonieritas	82
Tabel 4.19	: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4.20	: Hasil Uji Hipotesis T	88
Tabel 4.21	: Hasil Uji Hipotesis F	90
Tabel 4.22	: Hasil Uji Koefisien Determinan R ²	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Kerangka pemikiran	33
Gambar 4.1	: Hasil Uji Heterokedastiditas	84

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** : Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas
- Lampiran 2** : Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 3** : Hasil Analisis Liner Berganda
- Lampiran 4** : Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 5** : Hasil Uji Koefisien Determinan R²
- Lampiran 6** : Data Tabulasi
- Lampiran 7** : Kuesioner
- Lampiran 8** : Dokumentasi
- Lampiran 9** : Lembar Pengajuan Judul Skripsi
- Lampiran 10** : Surat Keterangan Pembimbing
- Lampiran 11** : Surat Balasan Dari Desa
- Lampiran 12** : Riwayat Hidup

ABSTRAK

Nama Penulis : Desi Eriska
NIM : 20.5.15.0054
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Desa Simoro Menggunakan *Mobile Banking*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking* baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dan proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat desa simoro dengan jumlah 968 orang dalam jumlah sampel 91 orang yang ditentukan menggunakan rumus slovin dan pengambilan sampel menggunakan teknik *Propotional Random Sampling*. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan sebesar $0,00 > 0,05$ dan memiliki $t_{hitung} 10,870 > t_{tabel} 1,987$, maka Kepercayaan berpengaruh positif terhadap Minat. Kemudahan (X_2) dengan hasil uji T diperoleh $t_{hitung} 3,291 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa Kemudahan (X_2) berpengaruh positif secara parsial terhadap Minat. Lokasi (X_3) dengan hasil uji T diperoleh $t_{hitung} -1,356 < t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikan $0,17 > 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa Lokasi (X_3) tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat. Lingkungan Sosial (X_4) dengan hasil uji T diperoleh $t_{hitung} 4,774 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ ini menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat. Hasil uji F berpengaruh secara serempak terhadap minat sebesar nilai $F_{hitung} 84,670 > F_{tabel} 2,478$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), Lokasi (X_3) dan Lingkungan Sosial (X_4) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Saran dari penulis yaitu diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti dengan variabel yang berbeda dan lebih spesifik agar tujuan dari penelitian lebih terarah, dan dengan jumlah sampel yang lebih besar lagi untuk mewakili populasi. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi dasar bagi peneliti selanjutnya dan lebih banyak menambahkan referensi untuk dapat memperluas penelitian sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor lainnya yang mempengaruhi minat menggunakan *mobile banking*.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Peran dari lembaga keuangan dalam perekonomian saat ini sangat penting dan merupakan jantung bisnis, dimana eksistensi lembaga keuangan sangat dibutuhkan dalam menopang pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Di dalam dunia perbankan dituntut untuk memberikan pelayanan yang memudahkan para nasabah untuk melakukan transaksi di perbankan, faktor utama dalam mendapatkan dan mempertahankan pelanggan salah satunya mutu pelayanan. Sehingga apabila perusahaan tidak memperhatikan aspek – aspek pelayanan maka dapat mengakibatkan berpindahnya pelanggan keperusahaan lain yang dianggap dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan dalam bertransaksi, jika hal tersebut terjadi tentu akan merugikan pihak perusahaan yang bersangkutan.¹

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat mengakses layanan perbankan. Era digital saat ini, *mobile banking* menawarkan solusi yang praktis dan efisien untuk mengatasi keterbatasan akses perbankan². *Mobile banking*

¹Muhammad Idris, Rully Trihantana, *Analisis Mutu Layanan Electronic Delivery Channel Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah)*, (Jurnal Nisbah Vol. 2 No. 1 Tahun 2016).

²Afshan, S., & Sharif, A. *Acceptance of mobile banking framework in Pakistan. Telematics and Informatics*, 33(2), 2016, 370-387.

memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan melalui perangkat seluler kapan saja dan di mana saja, tanpa perlu datang langsung ke bank. *Mobile Banking* diartikan sebagai fasilitas bagi nasabah bank untuk dapat melakukan aktifitas perbankan mereka secara lebih leluasa, dimana saja, kapan saja, dan tanpa harus secara fisik mengunjungi bank tersebut.

Manfaat *Mobile Banking* dapat digunakan untuk transaksi - transaksi pemindah buku sesama bank, transfer antar bank, informasi saldo, mutasi rekening hingga 20 transaksi. Secara tidak langsung nasabah akan berinteraksi dan bertransaksi menggunakan fasilitas penunjang yang diberikan oleh perbankan. Sehingga dibutuhkan suatu sistem yang menjawab keinginan akan memenuhi kebutuhan layanan perbankan dengan efektif dan efisien.³

Desa Simoro adalah salah satu Desa di kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi Provinsi Sulawesi Tengah, yang terletak di wilayah terpencil tidak memiliki akses langsung ke layanan perbankan baik konvensional maupun syariah. Tidak adanya bank di desa ini mengakibatkan masyarakat harus menempuh jarak yang jauh dan mengeluarkan biaya transportasi yang tinggi untuk mengakses layanan perbankan di kota terdekat. Hal ini menjadi hambatan signifikan bagi masyarakat Desa Simoro dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari, seperti menabung, menarik uang, membayar tagihan, dan melakukan transfer uang.

³Annisa Fitri Iriani, *Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, *Dinamis- Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol. 2, No. 2 Oktober 2018.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa masyarakat dari jumlah 968 masyarakat beberapa diantaranya mengeluhkan kesulitan perjalanan menuju kota terdekat yang memiliki fasilitas perbankan seperti bank dan ATM menjadi sangat sulit dan memakan waktu dan menyatakan bahwa ketiadaan fasilitas perbankan lokal menghambat aktivitas ekonomi sehari-hari mereka. Hal ini menunjukkan kebutuhan mendesak akan solusi alternatif yang dapat mengatasi keterbatasan akses ke layanan perbankan, seperti implementasi dan adopsi layanan *mobile banking* yang dapat diakses melalui perangkat seluler.

Meskipun demikian, adopsi layanan *mobile banking* di Desa Simoro belum maksimal. Beberapa faktor seperti kepercayaan terhadap teknologi, kemudahan penggunaan, kondisi geografis, dan pengaruh lingkungan sosial mungkin mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan *mobile banking*.

Selain faktor tersebut transaksi menggunakan *mobile banking* juga memberikan beberapa permasalahan baik yang bersifat psikologis, hukum maupun ekonomis. Permasalahan-permasalahan tersebut diantaranya: takut tertipu, biaya administrasi yang besar, kadang menerima transferan yang cukup lama, takut kurang keakuratan dalam bertransaksi, dan lain-lain. Berbagai permasalahan-permasalahan tersebut yang menimbulkan sikap ketidakpercayaan para pengguna terhadap jasa layanan *Mobile Banking*.

Dengan menggali pengaruh kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking*. Penelitian ini dapat memberi wawasan yang berharga bagi industri perbankan

dan teknologi informasi dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan adopsi *Mobile Banking* oleh masyarakat.

Pengaruh kepercayaan terhadap minat menggunakan *mobile banking* menurut Nazar dan Syahrani⁴ kepercayaan digambarkan sebagai suatu tindakan kognitif, misalnya dalam bentuk pendapat atau prediksi bahwa sesuatu akan terjadi atau orang akan berperilaku dalam cara tertentu, afektif misalnya masalah perasaan, atau konatif misalnya masalah pilihan atau keinginan.

Kepercayaan terhadap teknologi *mobile banking* merupakan faktor kunci dalam menentukan tingkat adopsi. Masyarakat perlu yakin bahwa transaksi yang dilakukan melalui *mobile banking* aman dan privasinya terjaga. Menurut studi yang dilakukan oleh Renny⁵, kepercayaan merupakan faktor utama yang mempengaruhi niat pengguna untuk mengadopsi teknologi *mobile banking* di Indonesia.

Oleh karena itu, masalah kepercayaan penting dalam menjaga keberlangsungan pengguna. Para nasabah yang belum berfikir modern, akan mengurungkan minatnya untuk menggunakan jasa layanan *Mobile Banking*. Mereka beranggapan bahwa jasa layanan *mobile banking* merupakan layanan yang membutuhkan biaya-biaya administrasi yang cukup mahal, rumit untuk

⁴Nazar, M.R. dan Syahrani. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online". Disertasi. Universitas Gajahmada. Yogyakarta. 2008.

⁵Renny, I., Guritno, S., & Siringoringo, H. *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 2013. 212-216.

penggunaannya serta mudah tertipu dalam setiap transaksinya dengan menggunakan layanan *Mobile Banking*. Oleh sebab itu, pengguna jasa layanan *Mobile Banking* rela mengantri di bank dari pada memanfaatkan layanan *Mobile Banking*.⁶

Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Variabel menjadi dasar dalam menentukan penerimaan atau penggunaan berbagai macam teknologi informasi. Kemudahan dapat dinilai sebagai suatu tingkat kepercayaan seseorang dalam menggunakan suatu sistem tidak memerlukan usaha. Persepsi kemudahan juga berhubungan dengan sikap dalam menggunakan teknologi. Semakin mudah penggunaan suatu teknologi, maka semakin tinggi minat penggunaan dalam menggunakan teknologi tersebut.

Kemudahan penggunaan juga menjadi faktor krusial. Aplikasi *mobile banking* harus dirancang dengan antar muka yang intuitif dan mudah digunakan, terutama bagi masyarakat yang mungkin tidak terbiasa dengan teknologi digital. Penelitian oleh Wulandari dan Yushinta⁷ menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan secara signifikan mempengaruhi niat adopsi *mobile banking* di kalangan masyarakat Indonesia.

⁶Barnes, J. G. *Secrets of Customer Relationship*, 2003.

⁷Wulandari, P., & Yushinta, F. *Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi*. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(5),2019, 1008-1019.

Lokasi geografis Desa Simoro, yang terpencil, dapat mempengaruhi kualitas jaringan internet dan infrastruktur teknologi yang diperlukan untuk mendukung penggunaan *mobile banking*. Menurut Kasmir⁸ pertimbangan lokasi harus sesuai dengan keperluan perusahaan, yaitu untuk kepentingan kantor pusat, pabrik, gudang, dan cabang.

Selain itu, Lingkungan sosial juga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat penggunaan *Mobile Banking*. Dukungan dan rekomendasi dari keluarga, teman, dan komunitas dapat meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan masyarakat dalam menggunakan teknologi baru. Namun tidak jarang masyarakat juga mempertimbangkan penggunaan layanan *Mobile Banking* dikarenakan faktor lingkungan yang telah terbiasa tidak menggunakan aplikasi *Mobile Banking* sehingga timbul keraguan dalam hati masyarakat.

Lingkungan sosial meliputi semua kondisi - kondisi dalam dunia yang dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkah laku seseorang, termasuk pertumbuhan dan perkembangan atau *life processes*, yang dapat pula dipandang sebagai penyiapan lingkungan (*to provide environment*) bagi generasi yang lain.⁹

Namun, untuk mencapai adopsi yang efektif, perlu dilakukan analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *mobile banking* di Desa Simoro, Berdasarkan uraian latar belakang maka penulis tertarik

⁸Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012, 239.

⁹Stroz. *Lingkungan Sosial*. Universitas Gajah Mada, 1987, 76.

melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Desa Simoro Menggunakan *Mobile Banking***”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking* ?
2. Apakah kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking* ?
3. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking* ?
4. Apakah lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking* ?
5. Apakah kepercayaan, kemudahan, lokasi, dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat Desa simoro menggunakan *mobile banking* ?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

Sesuai desngan latar belakang yang telah di uraikan, maka tujuan dalam pemelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking*.
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking*.

3. Untuk mengetahui apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking*.
4. Untuk mengetahui apakah lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking*.
5. Untuk mengetahui apakah kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan terhadap minat masyarakat desa simoro menggunakan *mobile banking*.

D. Manfaat Penelitian

Dengan terbuktinya tujuan penelitian, maka diharapkan dapat memberikan kegunaan penelitian sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan bidang perbankan.
2. Dapat membantu perbankan dalam mengembangkan dan meningkatkan pelayanan sistem *mobile banking* yang lebih baik lagi.

b. Manfaat Praktis

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan perusahaan atau organisasi mengenai pentingnya Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Desa Simoro Menggunakan *Mobile Banking*.

2. Penelitian ini dapat menjadi pedoman arah dan langkah perusahaan dalam mengembangkan layanan jasa untuk meningkatkan kepercayaan nasabah guna untuk mempertahankan nasabah.

E. Garis-Garis Besar Isi

Dalam penulisan skripsi sebagai bahan penelitian ini terdiri dari lima bab yang memiliki pembahasan masing - masing, namun saling berkaitan erat antara satu bab dengan bab yang lain. Untuk mengetahui gambaran umum dari ketiga bab tersebut, maka penulis akan mengemukakan garis-garis besar isi sebagai berikut:

Bab I, membahas tentang pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang pembahasannya saling berkaitan antar satu dengan yang lain.

Bab II, membahas penelitian terdahulu, kajian teori yang membahas *technology accptence model* (TAM), kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial, *mobile banking* serta terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab III, berisi uraian pendekatan dan desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV, merupakan bab hasil dan pembahasan yang menjelaskan deskripsi mengenai hasil penelitian.

Bab V, berisi kesimpulan dan saran penulis untuk masyarakat dan pemerintah Desa.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Bagian ini merupakan sebuah hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya dan telah diuji kebenarannya yang didasari dengan metode penelitian yang digunakan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian. Penelitian terdahulu yang diambil oleh penulis berupa 4 jurnal.

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
1	Lia Nurparliana, Titin Astuti, Miswan ¹	JUDUL PENELITIAN: Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara <i>Online</i> (Studi Kasus Pada Nasabah Btn Kc Kelapa Gading Square) PERSAMAAN: Variabel: Kepercayaan Dan Kemudahan PERBEDAAN: Tambahkan variabel independen lokasi, lingkungan sosial dan Fokus penelitian yaitu keputusan masyarakat. HASIL PENELITIAN: Hasil dari koefisien determinasi adalah pengetahuan (X ₁), kepercayaan (X ₂) dan kemudahan penggunaan (X ₃) secara

¹Lia Nurparliana, Titin Astuti, Miswan, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah Btn Kc Kelapa Gading Square)*. jurnal Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol 1. April, 2022, 310-322.

No	Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
		<p>simultan berpengaruh terhadap minat bertransaksi ulang secara <i>online</i> (Y) dengan presentasi 88,8%. Oleh karena itu kesimpulannya bahwa pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e-channel secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara <i>online</i>.</p>
2	Siti Raihana, Riza Aulia Azhary ²	<p>JUDUL PENELITIAN: Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)</p> <p>PERSAMAAN: Variabel: Lokasi Dan Lingkungan Sosial</p> <p>PERBEDAAN: Perbedaan utama antara penelitian terdahulu dan penulis yaitu variabel tambahan yang diteliti: penelitian terdahulu menambahkan variabel religiusitas. Sementara penulis menambahkan variabel kepercayaan dan kemudahan.</p> <p>HASIL PENELITIAN: Hasil penelitian pengujian variabel pengetahuan menunjukkan bahwa 1) pengetahuan tidak berpengaruh terhadap minat. 2) religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat 3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat 4) lingkungan sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan menabung di Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram. 5) Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, dan Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap minat masyarakat kecamatan Seunagan menabung di bank syariah khususnya menabung pada Bank Aceh Syariah Kantor Cabang Jeuram.</p>

²Siti Raihana, Riza Aulia Azhary, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)*, JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance Volume 2, No 2, 110-123.

No	Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
3	Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil ³	<p>JUDUL PENELITIAN: Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Di Bank Mega Syariah Cabang Palu.</p> <p>PERSAMAAN: Persamaan pada dalam penelitian ini dalah variable independen yaitu kepercayaan dan kemudahan.</p> <p>PERBEDAAN: Perbedaan pada penelitian terdahulu dan penulis adalah variabel independen manfaat dan variabel dependen minat nasabah.</p> <p>HASIL PENELITIAN: Dan hasil uji R sebe sar 0.301, hal tersebut berarti variabel minat nasabah dapat dijelaskan oleh variabel manfaat, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan. Secara parsial dari tiga variabel yang diuji tidak satupun mempengaruhi minat nasabah menggunakan <i>Mobile Banking</i>.</p>
4	Rena Deliyana, Berlintina, Permatasari, Dewi Sukmasari. ⁴	<p>JUDUL PENELITIAN: Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i> Bca</p> <p>PERSAMAAN: Persamaan dalam penelitian ini yaitu objek yang dikaji <i>mobile banking</i></p> <p>PERBEDAAN: Perbedaan pada penelitian ini dan penulis terletak pada variabel dependen kepuasan pelanggan sedangkan penulis minat masyarakat.</p> <p>HASIL PENELITIAN:</p>

³Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1, 31-45.

⁴Rena Deliyana, Berlintina, Permatasari, Dewi Sukmasari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca*. Vol. 2, No. 2, September 2022, 1-16.

No	Peneliti	Ringkasan Hasil Penelitian
		Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Kajian Teori

1. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology acceptance model (TAM) merupakan teori penerimaan teknologi yang digunakan dalam penelitian ini. *Technology acceptance model (TAM)*, yang diperkenalkan oleh Davis⁵ adalah suatu adaptasi dari *theory of reasoned action (TRA)* yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi.

Model ini dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi.

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi akuntansi. Pada TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan antar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna TI (teknologi informasi). TAM adalah sebuah teori yang

⁵Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5, 1989, 319-339.

menjelaskan persepsi pengguna teknologi. Persepsi pengguna tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan TI tersebut.

2. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah harapan dan keyakinan seseorang terhadap orang lain akan kejujuran, kebaikan, dan kesetiaan. Menurut istilah, kepercayaan menjadi suatu sikap yang ditunjukkan oleh manusia saat ia merasa tahu dan menyimpulkan dirinya telah mencapai kebenaran. Artinya, pada saat manusia menggunakan sesuatu dan merasa bahwa apa yang digunakan memang terpercaya dan tidak diragukan kebenarannya.⁶

Menurut Mayer et al⁷ mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan suatu pihak untuk menjadi rentan terhadap tindakan pihak lain berdasarkan pada harapan bahwa pihak lain akan melakukan tindakan tertentu yang penting bagi trustor, terlepas dari kemampuan untuk memantau atau mengendalikan pihak lain tersebut.

Kepercayaan merupakan suatu faktor penting dalam membangun pondasi dari bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen atau pelanggan diperlukan sebuah kepercayaan,

⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi ke-4, Gramedia: Jakarta. 2008.

⁷Mayer, R.C. et al. *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*. 1995.

kepercayaan ini tidak dapat begitu saja diakui oleh pihak lain atau mitra bisnis, tetapi harus dibangun dari awal lalu dapat dibuktikan.⁸

Menurut Maharani⁹ Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. Menurut Maharani terdapat empat indikator dalam variabel kepercayaan yaitu Kehandalan, Kejujuran, Kepedulian dan Kredibilitas.

a. Indikator Kepercayaan

Menurut Maharani dalam indikator kepercayaan adalah sebagai berikut:¹⁰

1) Kehandalan

Kehandalan merupakan konsisten dari serangkaian pengukuran. Kehandalan dimaksudkan untuk mengukur kekonsistenan perusahaan dalam melakukan usahanya dari dulu sampai sekarang. kepercayaan konsumen

⁸Firza Prishellya & Angghisna Aulia. *Layanan, Pengaruh Kualitas, dan Kepuasan. Studi Pada Bank Jatim Kantor Cabang Bojonegoro*. 2021.

⁹Maharani, A.D. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan). 2010.

¹⁰Yonatan Sulle. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi)*. Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik Vol. 2, No. 1, 2022.

merupakan persepsi dari sudut pandang konsumen akan keandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan dan kepuasan konsumen.¹¹

2) Kejujuran

Bagaimana perusahaan atau pemasar menawarkan produk barang atau jasa yang sesuai dengan informasi yang diberikan perusahaan atau pemasar kepada konsumennya. Kepercayaan konsumen bisa dibentuk dari kejujuran seorang produsen dalam memberitahukan bahan-bahan apa saja yang digunakan dalam membuat produk tersebut serta pula dilengkapi dengan pemberitahuan tentang efek samping dari pemakaian tersebut.¹² Kejujuran penjual dalam bertransaksi serta tanggung jawab penjual kepada pembeli menjadikan kepercayaan dalam suatu perusahaan memiliki reputasi yang baik.¹³

3) Kepedulian

Perusahaan atau pemasar yang selalu melayani dengan baik konsumennya, selalu menerima keluhan-keluhan yang dikeluhkan konsumennya serta selalu menjadikan konsumen sebagai prioritas.

¹¹Firdayanti, R. *Persepsi Risiko Melakukan E-commerce dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online*. Journal of Social and Industrial Psychology. Vol. 1. No. 1, 2012, 1-7.

¹²Chika, S., Ismaini, L., & Armanda, D. *Teknik Sterilisasi Eksplan *Castanopsis argentea* dengan Penambahan Asam Askorbat dan Natrium Hipoklorit In Vitro*. Berkala Ilmiah Biologi, Vol. 13, No. 2, 2022, 32-41.

¹³Fina Nailul et al. *Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di MallCiputra Semarang*. Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Danmanajemen 2022, Vol. 9, No. 1, 2022, 47.

Melaksanakan pengembangan produk ataupun layanan ialah wujud perhatian (kepedulian) industry untuk menghasilkan produk ataupun jasa yang nyaman serta berguna untuk konsumen.¹⁴

4) Kredibilitas

Kualitas atau kekuatan yang ada pada perusahaan atau pemasar untuk meningkatkan kepercayaan konsumennya. Perusahaan mampu mencapai tingkat kepercayaan pelanggannya apabila telah menjaga hubungan baik dengan konsumennya dan selalu memprioritaskan layanan kepada konsumennya dengan baik.¹⁵

3. Kemudahan

Secara umum, menurut Gardner dan Amoroso dalam Imam Sugih Rahayu, kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai suatu tingkat kepercayaan individu bahwa dengan menggunakan teknologi akan membawa mereka terbebas dari usaha secara fisik dan mental. Kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.¹⁶

¹⁴Chika, S., Ismaini, L., & Armanda, D. *Teknik Sterilisasi Eksplan *Castanopsis argentea* dengan Penambahan Asam Askorbat dan Natrium Hipoklorit In Vitro*. Berkala Ilmiah Biologi, Vol. 13, No. 2, 2022, 32-41.

¹⁵Naufal, Ahmad Rizky. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna BSI Mobile Banking*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2023.

¹⁶Imam 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*, Vol. V, No.2, 2015, 141.

Davis dalam Irmadhani dan Mahendra Adhi Nugroho¹⁷ kemudahan penggunaan merupakan tindakan dimana seseorang percaya bahwa teknologi mudah untuk dipahami. Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.

Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Kemudahan penggunaan *mobile banking* memiliki makna bahwa layanan *mobile banking* oleh pihak bank akan mudah dipahami dan mudah digunakan, sehingga nasabah dapat dengan mudah mempelajari tata cara bertransaksi menggunakan *m-banking*.¹⁸

¹⁷Irmadhani, Mahendra Adhi Nugroho, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Jurnal Kajian pendidikan dan akuntansi indonesia, Vol. 1, No.3, 2012, 7-8

¹⁸Syamsul Hadi, Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Nominal Vol 5, No.1, 2015, 57.

Pengertian itu juga didukung oleh Wibowo¹⁹ yang menyatakan bahwa kemudahan merupakan sebuah teknologi dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut memiliki kemudahan dalam memahami untuk menggunakannya sehingga kegunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem sesuai dengan keinginan pemakai atau nasabah.

Menurut Jogiyanto²⁰ kemudahan penggunaan *mobile banking* adalah suatu derajat dimana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan sebuah teknologi akan membuat seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya, jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan maka ia tidak akan menggunakannya begitupun dengan *mobile banking* jika sistemnya mudah akan membuat orang percaya dan akan menggunakannya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa kemudahan adalah sebuah sistem dimana seseorang merasa mudah dan praktis dalam menggunakannya sehingga seseorang tertarik menggunakan *mobile banking* dan akan banyak peminat yang akan tertarik menggunakannya karna dengan system yang mudah dan sesuai dengan keinginan pemakai dengan fleksibilitas waktu kapan saja dan dimana saja.

¹⁹Arief Wibowo, *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta, 2006.

²⁰Hartono, Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman*. BPF. Yogyakarta. 2011.

Menurut Davis dalam Ahmaad dan Pambudi²¹ memberikan beberapa indikator kemudahan yaitu:

- 1) Sangat mudah untuk dipelajari (*easy to learn*)
- 2) Sangat mudah untuk dioperasikan (*understanable*)
- 3) Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (*easy to get the system to do what user want to do*)
- 4) Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi (*doesn't require a lot of mental effort*)
- 5) Fleksibel (*flexsibel*)

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya.

Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya jika seseorang merasa yakin bahwa system informasi tidak mudah digunakan maka dia tidak akan menggunakannya.²²

²¹Ahmad, & Pambudi, B. S. (2014). *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)*. *Journal of Management Studies* Vol 8, No 1, 2014, 1-11.

²²Andriyanto, Yaufi. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah*

Dalam penelitian ini kemudahan bagi masyarakat Desa Simoro percaya bahwa bertransaksi menggunakan *Fintech* akan memberikan waktu yang lebih efisien dan akan berkelanjutan dimasa yang akan datang.²³

4. Lokasi

Lokasi bank adalah tempat dimana diperjual-belikannya produk cabang bank dan pusat pengendalian perbankan. Dalam praktiknya ada beberapa macam lokasi kantor bank, yaitu lokasi kantor pusat, cabang utama, cabang pembantu, kantor kas, dan lokasi mesin-mesin Anjungan Tunai Mandiri (ATM). Jadi, dapat disimpulkan bahwa lokasi bank adalah tempat mengoperasikan produk-produk perbankan dan untuk mengatur serta mengendalikan perbankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam (bank syariah).²⁴

Menurut Wahyono²⁵ lokasi perbankan adalah suatu jaringan (*net-working*) dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Sehingga, lokasi bank dapat diartikan sebagai strategi dari perbankan untuk menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan bank tersebut. Dalam menentukan lokasi kantor cabang, bank harus mempertimbangkan dari berbagai aspek agar tidak merugikan nasabah dan perbankan itu sendiri.

CIMB NIAGA Daerah Istimewa Yogyakarta). Skripsi.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.2014. 43.

²³Nasution, dan Fahmi Natigor, *Penggunaan Teknologi Informasi berdasarkan Aspek Prilaku*, Universitas Sumatra Utara Digital Library, 2004. 5.

²⁴Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2010, 145.

²⁵Wahyono, S. I. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010, 126.

Lokasi menurut Aprih Santoso, Sri Yuni Widowati²⁶ dapat didefinisikan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan atau usaha sehari-hari. Indikator dari variabel lokasi adalah sebagai berikut:

1. Keterjangkauan
2. Kelancaran
3. Kedekatan dengan kediaman.

Menurut Andi Tjiptono dan Fandy memberikan beberapa indikator lokasi sebagai berikut:²⁷

1. Akses, Misalnya lokasi yang sering dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi.
2. Visibilitas, Yaitu lokasi atau tempat yang dapat dilihat yang dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Tempat parkir yang luas, Nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.
4. Lingkungan, Yaitu daerah sekitar yang mendukung produk atau jasa yang ditawarkan.
5. Kompetisi, Yaitu lokasi pesaing. Dalam menentukan lokasi sebuah usaha, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah tersebut telah terdapat banyak usaha yang sejenis atau tidak.

²⁶Aprih Santoso dan Sri Widowati, 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, Jurnal Dinamika Sosial Budaya, No. 2, FE-USM, Halaman 179 – 190.

²⁷Andi Tjiptono, Fandy. *Strategi pemasaran*. Edisi 4, 2015, 15.

5. *Lingkungan Sosial*

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di alam sekitar yang memiliki makna atau pengaruh tertentu kepada individu. Lingkungan sebagai dasar pengajaran adalah faktor kondisional yang mempengaruhi tingkah laku individu dan merupakan faktor yang penting.²⁸

Lingkungan sosial adalah semua interaksi sosial yang terjadi antara konsumen dengan orang sekelilingnya atau antara banyak orang.²⁹

Lingkungan Sosial menurut Stroz³⁰ meliputi “semua kondisi-kondisi dalam dunia yang dalam cara-cara tertentu mempengaruhi tingkahlaku seseorang, termasuk pertumbuhan dan perkembangan atau *life processe*, yang dapat pula dipandang sebagai penyiapan lingkungan (*to provide environment*) bagi generasi yang lain“.

Menurut Amsyari³¹ lingkungan sosial merupakan “manusia-manusia lain yang ada di sekitarnya seperti tetangga-tetangga, teman-teman, bahkan juga orang lain di sekitarnya yang belum dikenal”.

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah segala sesuatu yang terdapat di sekitar manusia yang dapat memberikan pengaruh pada manusia tersebut, serta manusia-manusia lain yang

²⁸Oemar, Hamalik. *Proses Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru. 2001, 195.

²⁹Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia. 2003, 271.

³⁰Stroz. *Lingkungan Sosial*. Universitas Gajah Mada, 31, 1987, 76.

³¹Amsyari. *Prinsip-Prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*. Jakarta: Ghalia. 1986, 12.

ada di sekitarnya, seperti tetangga-tetangga, teman-teman, bahkan juga orang lain di sekitarnya yang belum dikenal sekalipun.

Menurut Dalyono³² memberikan beberapa indikator lingkungan sosial yaitu:

1) Teman bergaul

Teman bergaul pengaruhnya sangat besar dan lebih cepat masuk dalam jiwa anak, apabila anak suka bergaul dengan mereka yang tidak sekolah maka ia akan malas belajar, sebab cara hidup mereka yang bersekolah berlainan dengan anak yang tidak bersekolah.

2) Lingkungan tetangga

Corak kehidupan tetangga, misalnya suka main judi, mengkonsumsi minuman keras, menganggur, tidak suka belajar, dsb, akan mempengaruhi anak-anak yang bersekolah minimal tidak ada motivasi bagi anak untuk belajar. Sebaliknya jika tetangga terdiri dari pelajar, mahasiswa, dokter, insinyur, akan mendorong semangat belajar anak.

3) Aktivitas dalam masyarakat

Terlalu banyak berorganisasi atau berbagai kursus-kursus akan menyebabkan belajar anak akan menjadi terbengkalai.

6. *Mobile Banking*

Mobile banking yaitu sebuah penawaran layanan yang inovasi oleh bank yang merupakan kombinasi dari teknologi informasi dan aplikasi bisnis yang bisa

³²Dalyono. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 1997, 246.

dijangkau dari koneksi telepon seluler yang memungkinkan bagi nasabah dilayani dalam waktu 24 jam sehari.³³

Zaman modern seperti saat ini fasilitas *mobile banking* yang disediakan oleh pihak bank sangat membantu nasabah untuk bertransaksi dengan *online* yang bisa dilaksanakan kapan pun dan dimana pun. Dalam satu aplikasi *mobile banking* memiliki sifat yang dapat memberikan informasi, komunikatif, serta dapat melakukan berbagai transaksi yang dibutuhkan nasabah. Tidak sedikit dari kalangan masyarakat sekarang ini telah menggunakan fasilitas perbankan berupa aplikasi *mobile banking*.

a. Mobile Banking Menurut Pandangan Islam

Islam merupakan agama yang mengatur seluruh aspek dalam kehidupan termasuk dalam hal ekonomi. Setiap kegiatan manusia harus didasarkan pada peraturan - peraturan syariat dalam rangka memenuhi tugas dari Allah SWT. Dalam transaksi *mobile banking* prakteknya sudah terbukti aman dengan adanya sistem proteksi yang berlapis serta memiliki perlindungan hukum, sehingga hak-hak nasabah dalam transaksi menggunakan *mobile banking* dapat terlindungi dan tidak dapat diperlakukan semena-mena tanpa pertanggung jawaban.

Dalam akad perjanjian *mobile banking* sudah memenuhi dan sesuai dengan syarat sahnya perjanjian dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad. Menurut lafal ijab qabul, *mobile banking* termasuk kedalam akad wakalah yang disertai dengan imbalan atau fee terhadap penggunaan layanan jasa *mobile banking*, yang

³³Astuti, Wiji Nur. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2019.

berpedoman kepada Fatwa DSN-MUI No.10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah. Pertama, bank bertindak sebagai wakil dari nasabah. Kedua, bank bertindak sebagai wakil provider untuk melakukan suatu pekerjaan kemudian bank mendapatkan imbalan atas pekerjaan yang dilakukan tersebut.

Pada proses pengambilan imbalan, Majelis Ulama Indonesia (MUI) mensyaratkan bahwa dalam hal pengambil imbalan tersebut diperbolehkan selama tidak memberatkan nasabah, dan pengambilan imbalan dari pihak bank syariah diperhitungkan berdasarkan pada nominal dari keseluruhan pembiayaan.

Berdasarkan Al-Qur'an dalam surat Al-Isra ayat 35 yang artinya³⁴:

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Terjemahnya :*“Dan sempurnakan takaran jika dirimu melakukan penakaran dan penimbangan dengan neraca yang betul. Itu yang diutamakan untukmu dan baik sebabnya” (Al-Qur'an, Al-Isra:35).*

Dalam ayat Al-Qur'an tersebut dapat dikaitkan dalam *mobile banking* dengan menggariskan bahwa suatu transaksi hanya sah jika semua pihak memenuhi tanggung jawabnya atas hasil transaksi tersebut. Selama semua pihak dalam suatu transaksi memenuhi kewajibannya terkait dengan efeknya, seseorang dapat mengakses atau melakukan transaksi *mobile banking* adalah sah.

Ayat tentang perdagang terhadap islam Qur'an surah An-nisa 29:

تَقْتُلُوا وَلَا مِّنْكُمْ نَرَا ضٍ عَن تِجْرَةٍ تَكُونُ أَن إِلَّا لِبُطْلِ آبٍ بَيْنَكُمْ أَمْوَالِكُمْ تَأْكُلُوا لَا ءَامَنُوا لَّذِينَ آيَاتُهَا رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنَّ أَنفُسَكُمْ

³⁴Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Perumahan Bumi Adipura. 2004.

Terjemahnya : *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*.

Tafsir atau makna dari Surat An Nisa Ayat 29 Dikutip dari Kementerian Agama, surat An Nisa ayat 29 menerangkan bahwa Allah melarang muslim untuk mengambil harta milik orang lain dengan cara yang tidak benar atau batil. Kecuali, telah diadakan perniagaan atau jual beli yang berlaku atas dasar kesepakatan Bersama antara kedua belah pihak tanpa suatu paksaan.

Sebab, jual beli yang dilakukan secara terpaksa pun dapat dianggap tidak sah meski ada biaya atau bayaran pengantinya. Cara yang tidak benar untuk memperoleh harta misalnya dengan mencuri, riba, berjudi, korupsi, menipu, berbuat curang, mengurangi timbangan, suap-menyuap, dan lainnya. Selain itu, ayat ini juga menerangkan bahwa Allah melarang muslim untuk membunuh diri sendiri maupun orang lain.

Muslim dilarang bunuh diri karena hal tersebut termasuk perbuatan putus asa dan dilakukan oleh orang-orang yang tidak percaya kepada rahmat dan pertolongan Allah. Begitu pula dengan membunuh orang lain merupakan perbuatan yang tidak dibenarkan dalam Islam. Sebab, Allah adalah Yang Maha Penyayang, yang akan senantiasa membantu umat-Nya untuk melewati setiap cobaan yang diberikan.

b. Manfaat Mobile Banking

Mobile banking sekarang sudah menyebar ke semua dunia, dengan *mobile banking* maka pihak perbankan berupaya memberikan kemudahan akses para nasabah dengan melaksanakan kegiatan bisnis bank. *Mobile banking* menjadi terobosan yang menarik di dunia perbankan karena memberikan mafaat yaitu³⁵:

- 1) Transaksi perbankan dapat dilakukan kapan saja selama 24 jam
- 2) Transaksi perbankan dapat dilakukan dimana saja, selama nasabah dapat mengakses *internet*
- 3) Aman dari perampokan dan pemerasan. Nasabah tidak perlu keluar membawa uang, tidak perlu datang ke kantor bank atau ke Anjungan Tunai Mandiri (ATM) untuk melakukan transaksi, sehingga terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan
- 4) Membuat pekerjaan lebih mudah

c. Kelebihan Mobile Banking

- 1) Tidak perlu datang ke bank

Datang ke bank pasti akan membuang waktu, apalagi jika kondisi bank sangat penuh, dengan menggunakan *mobile banking* nasabah tidak perlu membuang waktu untuk datang ke bank. Cukup dengan membuka aplikasi *mobile banking*, nasabah dapat memilih fitur apa saja yang nasabah inginkan.

³⁵Basoeky, Unggul., et.al. *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung: CV Media Sains Indonesia. 2020.

2) Membayar tagihan dengan mudah dan tepat waktu

Dengan *mobile banking*, nasabah dapat membayar tagihan bank tanpa harus beranjak dari tempat duduk.

3) Mengecek saldo tabungan

Aplikasi *mobile banking* memberikan akses pada nasabah untuk mengetahui saldo tabungan setiap saat. Kita juga bisa mendaftarkan pemberitahuan teks jika terdapat aktivitas keuangan seperti penarikan tunai.

4) Bebas biaya

Secara umum, aplikasi *mobile banking* memberikan beberapa layanan secara gratis kepada nasabahnya untuk mendorong mencoba layanan didalamnya.³⁶

d. Kekurangan Mobile Banking

- 1) Rentang terjadi penipuan, dimana pengguna menerima pesan atau telepon palsu yang menanyakan mengenai informasi rekening bank oleh *hacker* yang menyamar sebagai instansi perbankan
- 2) Jaringan internet yang kuat dibutuhkan untuk mengakses *mobile banking*, apabila koneksi internet kurang baik maka secara otomatis akan kesulitan mengakses aplikasi *mobile banking*
- 3) Dibutuhkan *smartphone* yang canggih untuk mengaksesnya

³⁶Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama, 2020.

- 4) Fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi dapat diretas apabila *smartphone* hilang atau dicuri, sehingga berisiko terhadap pencurian data
- 5) Nasabah harus memiliki jaringan internet yang kuat untuk bisa mengakses *mobile banking*. Jika koneksi internet kurang baik, nasabah akan sulit saat mengaksesnya³⁷.

Mobile Banking atau biasanya disebut dengan *Mobile Banking* adalah suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan di perbankan yang berkaitan dengan transaksi non tunai.³⁸

7. Minat

Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan *mobile banking* yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan.³⁹ Terdapat beberapa indikator tentang minat yaitu sebagai berikut:⁴⁰

- a. Minat Transaksional, yaitu kecenderungan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.

³⁷Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama. 2020.

³⁸Otoritas Jasa Keuangan. "buku bijak ber-ebanking.," 2015.

³⁹Dwi Mastia Harlan, *Op.Cit*, h. 42.

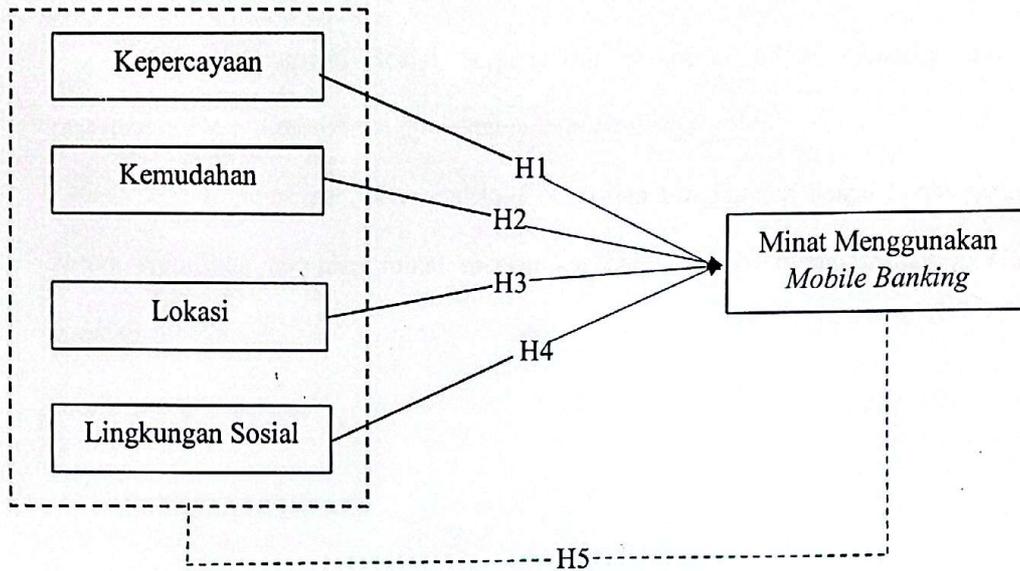
⁴⁰Esthi Dwiyaning, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri" (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), h. 20.

- b. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk merefrensikan produk kepada orang lain
- c. Minat Eksploratif, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang mencari informasi mengenai suatu produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam berfikir, peneliti memerlukan sebuah kerangka pemikiran yang digunakan sebagai landasan untuk mengetahui sebuah variabel yang mempengaruhi maupun variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini Variabel dependen Minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *Mobile Banking*, Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan sosial menjadi variabel yang mempengaruhi atau variabel independen. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

- > : Pengaruh secara parsial
 - - - - - : Pengaruh secara simultan

D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang perlu diuji dalam penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, berikut adalah beberapa hipotesis yang dapat diajukan:

H1: Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking*.

H2: Kemudahan berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking*.

H3: Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking*.

H4: Lingkungan Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking*.

H5: Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *mobile banking*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dikarenakan dalam penelitian ini peneliti ingin mencari pengaruh antar variabel. Adapun penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik atau cara lainnya dari suatu kuantifikasi (pengukuran).

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif lebih memusatkan perhatian pada beberapa gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia, yaitu variabel. Dalam pendekatan kuantitatif, hakikat hubungan diantara variabel-variabel selanjutnya akan dianalisis dengan alat uji statistik serta menggunakan teori yang objektif.¹

Adapun analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan lima variabel, yaitu variabel independen (X) berupa Kepercayaan (X1), Kemudahan (X2), Lokasi (X3), dan Lingkungan sosial (X4) juga variabel dependen (Y) yaitu Minat Masyarakat.

¹I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta, 2020), 7.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi memegang peranan yang sangat penting dalam membantu penelitian mencapai hasil yang diinginkan. Kata populasi dalam statistik mengacu pada sekelompok individu dengan karakteristik unik yang menarik dalam suatu penelitian. Populasi dalam statistik tidak terbatas pada kelompok manusia, tetapi juga termasuk hewan atau orang lain yang terkait dengan kita.²

Sehubungan dengan hal ini, menurut Nawawi³ “populasi adalah keseluruhan subjek yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto⁴ “populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”. Adapun populasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

²Ilham Kamaruddin, et al., eds., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Global Eksekutif Teknologi, 2023), 37.

³Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafida, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2014), 33

⁴Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 130.

Tabel 3.1

Populasi Penelitian

No	Desa Simoro	Jumlah
1	Dusun I	331 jiwa
2	Dusun II	637 jiwa
Jumlah Keseluruhan		968 jiwa

Berdasarkan Tabel 3.1 di atas, dapat diketahui bahwa populasi penelitian ini terdiri dari 2 Dusun Desa Simoro beserta jumlah jiwa. Total jiwa yang menjadi subjek penelitian adalah 968 jiwa. Hal ini memungkinkan penulis untuk mengevaluasi pengaruh variabel-variabel seperti kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat secara lebih komprehensif dan dapat diandalkan.

Dengan demikian, populasi yang dipilih dalam penelitian ini berperan krusial dalam memastikan bahwa hasil penelitian dapat mencerminkan kondisi nyata di lapangan dan memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi masyarakat di Desa Simoro menggunakan *Mobile Banking* dalam bertransaksi.

2. Sampel

Sampel adalah bagian terpilih dari populasi yang diseleksi melalui metode sampling dalam sebuah penelitian.⁵ Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *proportional sampling* dengan cara *proportional random sampling* yaitu seperti halnya pada sampel berstrata dilakukan apabila ada perbedaan antara strata satu dengan strata yang lain, untuk memperoleh sampel yang representative, pengambilan subjek dari setiap strata atau wilayah ditentukan seimbang atau sebanding dengan banyaknya subjek dalam masing-masing strata atau wilayah.⁶ Dengan menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan:

- e : Ukuran Sampel
- N : Ukuran Populasi
- E : Batas Toleransi Kesalahan

Dengan menggunakan rumus slovin maka besaran sampel dalam penelitian ini, penjabarannya sebagai berikut:

⁵I Ketut Swarjana, et al., eds., *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian* (Penerbit Andi, 2022), 12

⁶Arikunto dan Suharsimi, *Management Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 4.

Diketahui N: 968 Masyarakat, dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10% maka:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N \cdot e^2} = \frac{968}{1 + 968 (0,01)} \\
 &= \frac{968}{1 + 9,68} \\
 &= \frac{968}{10,68} \\
 &= 90,63 \\
 &= 91
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil dari rumus tersebut maka diperoleh sampel untuk penelitian ini sebanyak 91 masyarakat. Adapun kriteria pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

1. Seluruh Masyarakat Desa Simoro Kecamatan Gumbasa
2. Masyarakat yang memiliki dan tidak memiliki Rekening
3. Masyarakat yang sudah dan belum menggunakan *Mobile Banking*
4. Masyarakat yang memiliki minat menggunakan *Mobile banking*
5. Masyarakat yang memiliki umur mulai 20-50 tahun

Tabel 3.2

Perhitungan Jumlah Sampel Untuk Setiap Dusun

No	Desa Simoro	Populasi	Sampel
1	Dusun I	$\frac{331}{968} \times 91 = 31,11$	31

2	Dusun II	$\frac{637}{968} \times 91 = 59,88$	60
Total Keseluruhan			91

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang harus dipenuhi sebanyak 91 responden.

C. Variabel Penelitian

Variabel merupakan segala sesuatu yang akan menjadi objek pengamatan penelitian, dimana didalamnya terdapat faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa yang akan diteliti. Variabel dapat diartikan sebagai sifat yang akan diukur atau diamati yang nilainya bervariasi antara satu objek ke objek lainnya. Dengan demikian, penekanan pada variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun dalam penelitian ini, penulis menggunakan empat variabel, yaitu empat variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Untuk lebih jelasnya akan dibahas berikut ini:

1) Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang disebut juga dengan variabel prediktor, adalah variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain. Variabel bebas umumnya dilambangkan dengan huruf X. Dengan demikian, jika ditinjau

keberadaannya, variabel bebas pada umumnya terlebih dahulu muncul (ada), dan akan diikuti variabel yang lainnya. Maka dalam penelitian ini variabel X berupa kepercayaan (X^1), kemudahan (X^2), lokasi (X^3) dan lingkungan sosial (X^4).

2) Variabel Terkait (Dependen)

Variabel dependen atau variabel respon, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terkait biasanya dilambangkan dengan huruf X, adapun variabel Y dalam penelitian ini adalah minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking*.⁷

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang didefinisikan yang dapat di amati (di observasi).⁸ Definisi operasional dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.3

Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kepercayaan	keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang	1. Kehandalan 2. Kejujuran 3. Kepedulian 4. Kredibilitas

⁷Ulfa, Rafika. *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*, Al-Fathonah 1, No. 1, (2021): 345-348.

⁸Sumardi Suryabarata, *Metodologi Penelitian*, in Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2010, 29.

No	Variabel	Definisi	Indikator
		paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya. ⁹	
2	Kemudahan	kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer/ <i>internet banking</i> bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya. ¹⁰	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat mudah untuk dipelajari (<i>easy to learn</i>) 2. Sangat mudah untuk dioperasikan (<i>understandable</i>) 3. Mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna (<i>easy to get the system to do what user want to do</i>) 4. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi (<i>doesn't require a lot of mental effort</i>). 5. Fleksibel (<i>flexibel</i>).¹¹
3	Lokasi	Lokasi merupakan tempat melayani	1. Keterjangkauan

⁹Maharani, A.D. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan). 2010.

¹⁰Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5, 1989, pp319-339.

¹¹Ahmad, & Pambudi, B. S. *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)*. Journal of Management Studies Vol 8, No 1, 2014.

No	Variabel	Definisi	Indikator
		konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung. ¹²	2. Kelancaran 3. Kedekatan dengan kediaman. ¹³
4	Lingkungan sosial	Lingkungan sosial merupakan “manusia-manusia lain yang ada di sekitarnya seperti tetangga-tetangga, teman-teman, bahkan juga orang lain di sekitarnya yang belum dikenal”. ¹⁴	1. Teman bergaul 2. Lingkungan tetangga 3. Aktivitas dalam masyarakat. ¹⁵
5	Minat Penggunaan	Minat yaitu kecenderungan tertarik pada sesuatu yang relatif tetap untuk lebih memperhatikan dan mengingat secara terus menerus yang diikuti rasa senang untuk memperoleh kepuasan dalam mencapai kepuasan penggunaan teknologi. Indikator untuk mengetahui minat nasabah menggunakan layanan <i>mobile banking</i> yaitu keinginan seseorang menggunakan teknologi tersebut dan akan terus menggunakannya untuk masa depan. ¹⁶	1. Minat transaksional 2. Minat refrensial 3. Minat eksploratif. ¹⁷

¹²Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015, 140.

¹³ Aprih Santoso dan Sri Widowati, 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, No. 2, FE-USM, Halaman 179 – 190.

¹⁴Amsyari. *Prinsip-Prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*. (Jakarta: Ghalia. 1986) 12.

¹⁵Dalyono. *Psikologi Pendidikan*. (Jakarta: Rineka Cipta. 1997) 246.

¹⁶Dwi Mastia Harlan, *Op.Cit*, h. 42.

¹⁷Esthi Dwi Yanti, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri” (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008), h. 20.

E. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian merupakan penjelasan tentang alat apa saja yang digunakan dalam pengumpulan data. Untuk setiap objek yang diteliti, perlu disebutkan secara jelas apa instrumen yang digunakan untuk menghindari pemakaian dua instrumen pada objek yang sama.¹⁸

Instrumen penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah angket (kuesioner) berupa tes yang berisi butir-butir soal untuk diberi tanggapan oleh subjek atau responden yang diteliti. Angket yang digunakan dalam pengambilan data menggunakan pengembangan alat didasarkan oleh konstruksi teoritis yang telah disusun sebelumnya, kemudian atas dasar teori tersebut dapat dikembangkan dalam indikator-indikator dan selanjutnya dijabarkan dalam butir-butir pernyataan mengenai pengaruh kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial terhadap minat masyarakat Desa Simora menggunakan *Mobile Banking*.

Penyusunan pernyataan yang ada dalam angket berdasarkan pada skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.¹⁹

¹⁸Sari Mujiani, et al., eds., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 213.

¹⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 152.

Tabel 3.4
Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

Jawaban diatas menunjukkan bahwa angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju terhadap pernyataan yang diberikan, sedangkan angka 5 menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan yang diberikan.²⁰

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk meperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini, digunakan beberapa metode antara lain:

1) Kuesioner

Angket (kuesioner) adalah usaha mengumpulkan informasi dengan menyampaikan sejumlah pertanyaan untuk dijawab secara tertulis oleh responden.²¹ Daftar pertanyaan yang diajukan oleh peneliti bersifat tertutup, dan alternative jawaban telah ditentukan oleh penliti.

Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan

²⁰Tri Yulianto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BRI)* (Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah, Surakarta, 2015), 13.

²¹Juliansyah Noor, "Metodologi Penelitian," *In Jakarta: Pranada Media Group*, 2011, 139.

dapat bersifat terbuka jika opsi jawaban tidak ditentukan sebelumnya, dan bersifat tertutup jika opsi jawaban telah disediakan sebelumnya, instrumennya dapat berupa: kuesioner (angket), *checklist*, atau skala.²² Angket dalam penelitian ini sifatnya tertutup, karena responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan oleh penulis.

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik.²³

G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknis analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengelola data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.²⁴

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis.

²²Ma'ruf Abdullah, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015) 268.

²³Nana Syauidih, *Metode Penelitian Tindakan Kelas* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004),

²⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian (lengkap, praktis, dan mudah dipahami)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014, 73-74.

1) Uji Instrumen Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate* (sederhana) antara masing-masing skor indikator dengan skor konstruk. Kriteria pengukurannya apabila korelasi lebih besar dari 0,3 menggunakan aplikasi SPSS.²⁵

b. Uji Realiabilitas

Uji Realiabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Setelah kuesioner dibuat kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reabilitas. Uji

²⁵Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Promosi IBM SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 53.

reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.60 maka suatu variabel dikatakan reliabel.²⁶

2) Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linear berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS). Berikut bagian-bagian dalam uji asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri dan ke kanan.²⁷ Untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak, maka dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov-smienov*.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai *tolerance*.

Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika

²⁶Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapin Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, in *Cet.IV: Jakarta: Kencana*, edisi pert, 2013, 55.

²⁷Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, in *Cet; Jakarta: PT Gramedia*, 2010, 43.

nilai *tolerance* <0.10 atau sama dengan VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).²⁸

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana sebaran varian faktor atau *disturbance* (gangguan) tidak konstan sepanjang daerah observasi. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu metode grafik.

Metode ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residunya (SRESID).²⁹ Dasar penentuan ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika ada pola tertentu (plot) yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas atau plot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka terjadi heteroskedastisitas.

²⁸I. Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25:163* (Tejokusumo Abadi (Ed.); Sembilan), Badan Penerbit UNDIP. (n.d).

²⁹Fadhel Mohammad, *Pengaruh Persepsi Bcgi Hasil, Produk Dan Religuisitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender* (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Univrsitas Islam Negeri Datokarama Palu) (Skripsi, Perbankan Syariah, UIN Datokaram, Palu, 2023),67.

3) Uji Regresi Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear, penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih menjelaskan karakteristik hubungan yang ada walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan.³⁰ Persamaan regresi berganda dapat berupa sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

keterangan:

Y = Minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking*

β_0 = Konstanta

β = Koefisien regresi tiap variabel independen

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Kemudahan

X_3 = Lokasi

X_4 = Lingkungan Sosial

e = Kesalahan (error)

Untuk mencari dan mengetahui arah besarnya koefisien antara variabel yang satu bebas dan variabel terikat, maka digunakan teknik bantuan SPSS 23.

³⁰Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistic 1 (Statistik Deskriptif)*, in Jakarta: Bumi Askar, edisi kedua., 2008,269.

4) Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan alternatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Cara untuk menguji hipotesis menggunakan uji T dan uji F.³¹

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara dua variabel. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas yang menjelaskan tentang variabel-variabel terikat.³² Maka dapat diartikan apakah pengaruh variabel kepercayaan (X1), kemudahan (X2), lokasi (X3) dan lingkungan sosial (X4) signifikan atau tidak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun prosedur dalam uji F ini ialah membandingkan F hitung dengan F tabel dan nilai signifikan $< 0,05$, adapun kriteria penentuannya adalah sebagai berikut:

³¹Sujarweni, *Metode Penelitian Lengkap*, n.d.

³²Fathnur Sani, *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas Dari Eksperimental*, in Cet 3, Yogyakarta: Deepublish, 2018, 97.

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dan nilai $sig < 0,05$ maka H_a ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, dan nilai $sig > 0,05$ maka H_1 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

5) Uji Koefisien Determinan (R^2)

Analisis koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar *presentase* sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.³³ Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial) terhadap variabel dependen (minat masyarakat Desa Simora menggunakan *Mobile Banking*).

³³Ibid, 99.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Desa Simoro

1. Sejarah Desa Simoro

Desa Simoro adalah salah satu Desa di kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi Povinsi Sulawesi Tengah yang secara historis sangat sulit terpisahkan dari Desa Simoro, karena sejarah awal wilayah Desa Simoro pada masa swapraja. Titik awal berdirinya Desa Simoro sebagai desa definitif adalah ketika pada tahun 1950 yang ketika itu keadaan masih hutan rimba dan belum ada pemukiman, datanglah beberapa keluarga dari Kampung Lonca Kecamatan Kulawi (Keluarga Simbu Lanyama bersaudara) yang mengadakan perjalanan menuju Desa Toaya.¹

Karena perjalanan menuju Desa Toaya yang sangat jauh dan melelahkan (perjalanan dari kampung Lonca menuju kampung Simoro di lakukan selama satu hari penuh) maka keluarga ini berkesimpulan untuk istirahat dan menetap beberapa waktu di tempat ini. Karena latar belakang keluarga dari Kampung Lonca ini sebagai petani maka mereka mencoba untuk bercocok tanam Palawija yakni jagung, rica dan sayur di tempat ini, alhasil tiba saat panen tanaman yang mereka usahakan sangat memberikan hasil yang memuaskan sehingga berawal dari kondisi yang menjanjikan itulah Keluarga Simbu Lanyama berkesimpulan untuk tinggal menetap dan keluarga yang lain tetap melanjutkan perjalanan menuju Kampung Toaya.

¹ Arsip Pemerintah Desa Simoro Kec. Gumbasa Kab. Sigi

Mendengar kondisi dan keadaan yang cukup baik serta menjanjikan di tempat ini, maka secara bersamaan keluarga besar Lanyama yang terdiri atas Keluarga Panja, Keluarga Mure, Keluarga Sigi, dan Keluarga Minggu ikut berdatangan mengikuti Keluarga Simbu dan memulai kehidupan mereka dengan bercocok tanam palawija dan mencoba berfikir untuk menanam pohon kelapa sebagai tanaman jangka panjang.

Bersamaan dengan gelombang kedatangan warga Kampung Lonca tersebut, datang pula keluarga dari Kecamatan Dolo yakni Keluarga Karim Mandagasi, Keluarga Arsyid Laihi dan Keluarga Lanasi yang berprofesi sebagai pekerja kayu gergaji tangan untuk mengadu nasib berusaha mengolah kayu karena di tempat ini terdapat begitu banyak jenis kayu lokal yang memiliki harga jual tinggi diantaranya Kayu Siuri, Lepaa, Uru, Nantu dan Kaili (sekarang salah satu pohon ini masih berdiri kokoh di tengah perkampungan).

Pada tahun 1952, kelompok warga suku Kulawi dari Lonca semakin bertambah sehingga kelompok warga ini bersepakat untuk membangun sebuah rumah ibadah karena sudah memahami ajaran Agama dan Agama yang mereka anut adalah Agama Kristen. Di tempat ini satu-satunya bangunan yang ada adalah bangunan Gereja yang dalam dialek suku kaili di sebut Gaheja atau Gereja.

Oleh karena pada saat itu Kampung ini masih merupakan bagian dari pemerintahan Kampung Pakuli dan masih belum memiliki nama maka secara spontan semua masyarakat Desa Simoro dan sekitarnya yang hendak ke tempat ini untuk membeli hasil panen palawija mengatakan dalam beberapa dialog berkata "Velau

Hiumba (kaili Ado)/Hau Riumba (kaili ledo) dengan lantang di jawab Velau Hi Gaheja /Hau Ri Gareja". Dari pecakapan-percakapan ini sehingga tanpa di sadari saat itu Gaheja/Gereja menjadi nama tempat Kampung Simoro untuk pertama yang masih bagian dari Pemerintahan Kampung Pakuli.²

Pada tahun 1953, karena wilayah ini telah memiliki penduduk sehingga Kepala Desa Simoro Bapak Djuraejo menetakannya sebagai dusun dan menunjuk serta mengangkat Bapak Lamasi selaku kepala jaga (sekarang kepala dusun) sampai tahun 1958 karena yang bersangkutan pindah ke Kampung Tuwa dan di gantikan oleh Bapak Abdullah sampai dengan tahun 1965.

Pada tahun 1955 di tempat ini terdapat 2 (dua) pohon yang sangat besar dan dianggap keramat oleh masyarakat yaitu Kayu Kaili dan Kayu Nunu/Beringin. Karena kondisi kayu Nunu/Beringin sangat rimbun makan di bawah pohon tersebut di jadikan tempat pengolahan terakhir kayu gergaji oleh masyarakat. Pada suatu waktu di malam hari, dari arah pohon beringin/nunu yang di yakini sebagai tempat keramat terdengar tangisan seorang bayi yang terjadi sangat lama, hampir semalam suntuk dan semua orang di sekitar tempat itu mendengar suara tangisan tersebut.

Dalam bahasa Kali Ledo tangisan panjang itu di sebut Namoro, peristiwa ini sangat menggemparkan dan tersebar sampai ke Kampung Pakuli sebagai pusat pemerintahan bahkan terdengar sampai ke kampung-kampung di sekitarnya. Bersamaan dengan peristiwa itu terjadi banjir di Sungai Salumaku dan keluarga Simbu yang menyaksikan banjir tersebut menemukan seekor ikan di sungai dan ikan

² Arsip Pemerintah Desa Simoro, Kec. Gumbasa Kab. Sigi

tersebut ternyata adalah Ikan Moro. Berawal dari 2 (dua) peristiwa penting itu, beberapa tokoh masyarakat terinspirasi untuk menjadikan peristiwa itu menjadi nama Dusun yakni Simoro dari penggalan kata Si berarti Tempat, Moro berarti Tangisan Panjang/Lama seorang Bayi sehingga bila di gabungkan menjadi Simoro maka berarti tempat bayi menangis lama.

Berangkat dari peristiwa penting yang terjadi tersebut maka beberapa tokoh masyarakat dari wilayah itu menghadap kepada Kepala Kampung Pakuli (Bapak. Djuraejo) untuk menceritakan peristiwa itu sekaligus memohon agar wilayah dusun yang ada di sebelah selatan Desa Simoro secara formal di beri nama Dusun Simoro karena nama Gaheja/Gereja yang selama ini di pakai untuk nama dusun tersebut berhubungan dengan salah satu keyakinan agama tertentu yakni Agama Kristen.

Setelah menerima dan mendengar masukan dari beberapa tokoh masyarakat yang menghadap saat itu, Kepala Kampung (Bapak. Djuraejo) langsung memberikan respon dan menetapkan bahwa nama dusun itu adalah Dusun Simoro.

Pada tahun 1961 karena masyarakat yang bermukim di Dusun Simoro semakin bertambah dan kebutuhan akan pendidikan sudah semakin penting maka masyarakat bersepakat bersama dengan Bapak Ajis Tayeb untuk membuka Sekolah Dasar di bawah kolong rumah Bapak Mure Lanyama yang kemudian pada tahun 1963 di lanjutkan pengembangannya oleh Bapak Karim Mandagasi, inilah awal pembangunan prasarana umum di Desa Simoro yang sekaligus merupakan dasar pembangunan gedung sekolah yang permanen oleh Pemerintah sampai saat ini.

Pada tahun 1963, secara bersama dalam sebuah musyawarah desa disepakati kembali untuk membangun sebuah sekolah Madrasah Diniyah Awalia (MDA) Alkhaeraat karena di pahami bahwa pendidikan umum belumlah cukup jika tidak didukung oleh adanya pendidikan keagamaan yang bertujuan untuk membangun moral Anak-anak sedini mungkin.

Pada tahun 1966 para tokoh masyarakat dusun simoro yakni Bapak. Mure, Ambotang, Saudo, Saidin, A. Lakanutu, bersama Kepala jaga Bapak. Abdullah Ambotang menghadap kepada Kepala Desa Simoro untuk memohon agar Dusun Simoro dapat dimekarkan menjadi Desa Definitif.

Mensikapi keinginan dan harapan para tokoh masyarakat Dusun Simoro tersebut, Kepala Desa Simoro melalui percakapan dalam Forum Pemerintahan secara informal menyetujui dan menetapkan Dusun Simoro sebagai Desa definitif dan menunjuk Bapak.Mure Lanyama selaku pelaksana kepala Kampung Simoro yang diusulkan kepada Kepala Distrik/Camat.

2. Kondisi Geografis

a) Wilayah Administratif

Saat ini Desa Simoro merupakan salah satu dari 7 Desa di wilayah Kecamatan Gumbasa, Desa Simoro memiliki luas wilayah 14,27 km². Desa Simoro secara administratif terdiri dari 2 Dusun dan 4 Rukun Tetangga.³

Desa Simoro memiliki batas wilayah administratif sebagai berikut :

³ Website Resmi BPS Kecamatan Gumbasa, diakses melalui: <https://sigikab.bps.go.id>, pada tanggal 29 Oktober 2024.

Utara	Desa Pakuli
Timur	Desa Sintuwu, Kec. Palolo
Selatan	Desa Omu, Kec. Gumbasa
Barat	Desa Bangga dan Desa Walatana, Kec. Dolo Selatan

b) Topografi Wilayah

Desa Simoro memiliki ketinggian 82-229 m dari permukaan laut dan berada pada kawasan dataran rendah.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap Masyarakat Desa Simoro Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi Sulawesi Tengah.

Data penelitian yang diperoleh menggunakan instrument kuesioner dalam bentuk kuesioner offline yang kemudian disebar atau dibagikan kepada masyarakat Desa Simoro yang menggunakan fasilitas *Mobile Banking* sebagai sampel penelitian. Adapun perincian kuesioner yang peneliti bagikan kepada sampel yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Kuesioner

Jumlah Sampel	Kuesioner Disebar	Kuesioner Kembali	Kuesioner Diolah	Presentase
91	91	91	91	100%

Sumber: Data Primer, 2024

Dalam tabel 4.1 dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 orang masyarakat Desa Simoro. Adapun data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Peresentase %
Laki-laki	21	23,1%
Perempuan	70	76,9%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 91 orang responden berdasarkan jenis kelamin. Sebagian besar merupakan responden perempuan berjumlah 70 orang dengan persentase sebesar (76,9%), sedangkan untuk responden laki-laki berjumlah 21 orang dengan persentase sebesar (23,1%).

Tabel 4.3
Sampel Tiap Dusun

Desa Simoro	Frekuensi	Peresentase %
Dusun I	31	34,1%
Dusun II	60	65,9%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Pada tabel 4.3 menunjukkan jumlah responden dari setiap Dusun, dimana responden tertinggi berasal dari Dusun II yang berjumlah 60 orang dengan persentase sebesar (65,9%) dan responden yang terendah berasal dari Dusun I yang berjumlah 31 orang dengan persentase sebesar (34,1%).

Tabel 4.4
Umur

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase %
20-30 Tahun	58	63,7%
30-40 Tahun	25	27,5%
40-50 Tahun	8	8,8%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Pada tabel 4.4 menunjukkan terkait jumlah responden berdasarkan umur, dimana responden terbanyak berumur 20-30 tahun dengan jumlah 58 orang dengan persentase sebesar (63,7%) kemudian responden terendah berumur 40-50 tahun dengan jumlah sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar (8,8%).

Tabel 4.5

Menggunakan dan Tidak Menggunakan *Mobile Banking*

Keterangan	Frekuensi	Persentase %
Menggunakan	68	74,7%
Tidak Menggunakan	23	25,3%
Total	91	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Pada tabel 4.5 menunjukkan jumlah responden yang telah menggunakan *Mobile Banking* berjumlah 68 orang dengan persentase sebesar (74,7%) sedangkan yang tidak menggunakan *Mobile Banking* berjumlah 23 orang dengan persentase sebesar (25,3%).

2. Deskripsi Variabel

Tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian yakni, Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial (Variabel Independen) dan Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* (Variabel Dependen). Yang kemudian dari tanggapan tersebut dicarilah nilai rata-ratanya oleh karena itu harus dibuat interval datanya terlebih dahulu.

Adapun deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

a) Deskripsi jawaban sampel terhadap variabel Kepercayaan

Tabel 4.6
Deskripsi Hasil Variabel Kepercayaan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Pernyataan 1	6	13	15	29	28	333	91	3,66
		6,3%	13,5%	15,6%	30,2%	29,2%			
2	Pernyataan 2	2	10	17	28	34	355	91	3,90
		2,1%	10,4%	17,7%	29,2%	35,4%			
3	Pernyataan 3	6	10	14	25	36	348	91	3,82

		6,3%	10,4%	14,6%	26,0%	37,5%			
4	Pernyataan 4	3	6	19	30	33	357	91	3,92
		3,1%	6,3%	19,8%	31,3%	34,4%			
5	Pernyataan 5	6	13	27	27	18	311	91	3,42
		6,3%	13,5%	28,1%	28,1%	18,8%			

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama menunjukkan dari 91 orang masyarakat, terdapat 28 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (29,2%), 29 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 15 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (15,6%), 13 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13,5%) dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 333 dengan nilai rata-rata yaitu 3,66.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 34 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35,4%), 28 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (29,2%), 17 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (17,7%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 2 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (2,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 355 dengan nilai rata-rata yaitu 3,90.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 36 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (37,5%), 25 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (26,0%), 14 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (14,6%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 348 dengan nilai rata-rata yaitu 3,82.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 33 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (34,4%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 19 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (19,8%), 6 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 357 dengan nilai rata-rata yaitu 3,92.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 18 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (18,8%), 27 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (28,1%), 27 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (28,1%), 13 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13,5%)

dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%).

Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 311 dengan nilai rata-rata yaitu 3,42.

b) Deskripsi jawaban sampel terhadap variabel Kemudahan

Tabel 4.7
Deskripsi Hasil Variabel Kemudahan

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Pernyataan 1	2	12	17	30	30	347	91	3,81
		2,1%	12,5%	17,7%	31,3%	31,3%			
2	Pernyataan 2	4	9	22	33	23	335	91	3,68
		4,2%	9,4%	22,9%	34,4%	24,0%			
3	Pernyataan 3	7	8	18	32	26	335	91	3,68
		7,3%	8,3%	18,8%	33,3%	27,1%			
4	Pernyataan 4	3	9	20	35	24	341	91	3,75
		3,1%	9,4%	20,8%	36,5%	25,0%			
5	Pernyataan 5	8	11	11	28	33	340	91	3,74
		8,3%	11,5%	11,5%	29,2%	34,4%			

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama menunjukkan dari 91 orang masyarakat, terdapat 30 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 17 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (17,7%), 12 orang memilih jawaban tidak setuju dengan

persentase sebesar (12,5%) dan 2 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (2,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 347 dengan nilai rata-rata yaitu 3,81.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 23 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (24,0%), 33 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (34,4%), 22 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (22,9%), 9 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (9,4%) dan 4 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (4,2%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata yaitu 3,68.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 26 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (27,1%), 32 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (33,3%), 18 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (18,8%), 8 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (8,3%) dan 7 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (7,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata yaitu 3,68.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 24 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase

sebesar (25,0%), 35 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (36,5%), 20 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (20,8%), 9 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (9,4%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 341 dengan nilai rata-rata yaitu 3,75.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 33 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (34,4%), 28 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (29,2%), 11 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (11,5%), 11 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (11,5%) dan 8 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (8,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 340 dengan nilai rata-rata yaitu 3,74.

c) Deskripsi jawaban sampel terhadap variabel Lokasi

Tabel 4.8
Deskripsi Hasil Variabel Lokasi

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Pernyataan 1	6	6	21	29	34	367	91	3,82
		6,3%	6,3%	21,9%	30,2%	35,4%			
2	Pernyataan 2	3	7	16	38	27	352	91	3,87
		3,1%	7,3%	16,7%	39,6%	28,1%			

3	Pernyataan 3	8	16	17	29	21	312	91	3,43
		8,3%	16,7%	17,7%	30,2%	21,9%			
4	Pernyataan 4	3	8	21	30	29	347	91	3,81
		3,1%	8,3%	21,9%	31,3%	30,2%			
5	Pernyataan 5	11	9	20	31	20	313	91	3,44
		11,5%	9,4%	20,8%	32,3%	20,8%			

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama menunjukkan dari 91 orang masyarakat, terdapat 34 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (35,4%), 29 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 21 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (21,9%), 6 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%) dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 367 dengan nilai rata-rata yaitu 3,82.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 27 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (28,1%), 38 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (39,6%), 16 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (16,7%), 7 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (7,3%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 352 dengan nilai rata-rata yaitu 3,87.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 21 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (21,9%), 29 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 17 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (17,7%), 16 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (16,7%) dan 8 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (8,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 312 dengan nilai rata-rata yaitu 3,43.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 29 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 21 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (21,9%), 8 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (8,3%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 347 dengan nilai rata-rata yaitu 3,81.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 20 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (20,8%), 31 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (32,3%), 20 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (20,8%), 9 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (9,4%) dan

11 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (11,5%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 313 dengan nilai rata-rata yaitu 3,44.

d) Deskripsi jawaban sampel terhadap variabel Lingkungan Sosial

Tabel 4.9
Deskripsi Hasil Variabel Lingkungan Sosial

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Pernyataan 1	2	12	17	30	30	347	91	3,81
		2,1%	12,5%	17,7%	31,3%	31,3%			
2	Pernyataan 2	1	13	14	43	20	341	91	3,75
		1,0%	13,5%	14,6%	44,8%	20,8%			
3	Pernyataan 3	5	10	23	24	29	335	91	3,68
		5,2%	10,4%	24,0%	25,0%	30,2%			
4	Pernyataan 4	4	14	20	26	27	331	91	3,64
		4,2%	14,6%	20,8%	27,1%	28,1%			
5	Pernyataan 5	7	7	16	25	36	349	91	3,84
		7,3%	7,3%	16,7%	26,0%	37,5%			

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama menunjukkan dari 91 orang masyarakat, terdapat 30 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 17 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (17,7%), 12 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (12,5%) dan 2 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan

persentase sebesar (2,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 347 dengan nilai rata-rata yaitu 3,81.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 20 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (20,8%), 43 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (44,8%), 14 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (14,6%), 13 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13,5%) dan 1 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (1,0%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 341 dengan nilai rata-rata yaitu 3,75

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 29 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 24 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (25,0%), 23 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (24,0%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 5 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (5,2%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata yaitu 3,68.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 27 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (28,1%), 26 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar

(27,1%), 20 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (20,8%), 14 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (14,6%) dan 4 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (4,2%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 331 dengan nilai rata-rata yaitu 3,64.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 36 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (37,5%), 25 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (26,0%), 16 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (16,7%), 7 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (7,3%) dan 7 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (7,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 349 dengan nilai rata-rata yaitu 3,84.

e) Deskripsi Jawaban Sampel Terhadap Variabel Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*

Tabel 4.10
Deskripsi Hasil Variabel Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Total Skor	N	Mean
		STS	TS	KS	S	SS			
1	Pernyataan 1	3	10	17	29	32	350	91	3,85
		3,1%	10,4%	17,7%	30,2%	33,3%			
2	Pernyataan 2	6	13	26	30	16	310	91	3,41

		6,3%	13,5%	27,1%	31,3%	16,7%			
3	Pernyataan 3	3	6	19	30	33	357	91	3,92
		3,1%	6,3%	19,8%	31,3%	34,4%			
4	Pernyataan 4	5	10	23	24	29	335	91	3,68
		5,2%	10,4%	24,0%	25,0%	30,2%			
5	Pernyataan 5	3	10	7	26	45	373	91	4,10
		3,1%	10,4%	7,3%	27,1%	46,9%			

Dari hasil penelitian tanggapan responden untuk pernyataan pertama menunjukkan dari 91 orang masyarakat, terdapat 32 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (33,3%), 29 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 17 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (17,7%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 350 dengan nilai rata-rata yaitu 3,85.

Tanggapan responden untuk pernyataan kedua menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 16 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (16,7%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 26 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (27,1%), 13 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (13,5%) dan 6 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 310 dengan nilai rata-rata yaitu 3,41.

Tanggapan responden untuk pernyataan ketiga menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 33 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (34,4%), 30 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (31,3%), 19 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (19,8%), 6 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (6,3%) dan 3 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 357 dengan nilai rata-rata yaitu 3,92.

Tanggapan responden untuk pernyataan keempat menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 29 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (30,2%), 24 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (25,0%), 23 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (24,0%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 5 orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (5,2%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 335 dengan nilai rata-rata yaitu 3,68.

Tanggapan responden untuk pernyataan kelima menunjukkan dari 91 orang masyarakat terdapat 45 orang memilih jawaban sangat setuju dengan persentase sebesar (46,9%), 26 orang memilih jawaban setuju dengan persentase sebesar (27,1%), 7 orang memilih jawaban kurang setuju dengan persentase sebesar (7,3%), 10 orang memilih jawaban tidak setuju dengan persentase sebesar (10,4%) dan 3

orang memilih jawaban sangat tidak setuju dengan persentase sebesar (3,1%). Adapun total skor jawaban dari 91 responden adalah 373 dengan nilai rata-rata yaitu 4,10.

C. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknis analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengelola data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.⁴ Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu proses analisis yang digunakan untuk mengukur Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur suatu sah atau valid tidaknya kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *bivariate* (sederhana) antara

⁴V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian (lengkap, praktis, dan mudah dipahami)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014, 73-74.

masing-masing skor indikator dengan skor konstruk. Kriteria pengukurannya apabila korelasi lebih besar dari 0,3 menggunakan aplikasi SPSS.⁵

Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini dilakukan pada masyarakat Desa Simoro dengan menggunakan uji korelasi *bivariate* (sederhana) pada software SPSS.

Berikut ini hasil uji validitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner yaitu:

Tabel 4.11
Uji Validitas Variabel (X₁) Kepercayaan

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Kepercayaan (X ₁)	Pernyataan 1	0,702	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,600		
	Pernyataan 3	0,617		
	Pernyataan 4	0,782		
	Pernyataan 5	0,616		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X₁ dinyatakan valid. Karena data dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,206 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

⁵Imam Gozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Promosi IBM SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013), 53.

Tabel 4.12
Uji Validitas Variabel (X₂) Kemudahan

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Kemudahan (X ₂)	Pernyataan 1	0,563	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,492		
	Pernyataan 3	0,724		
	Pernyataan 4	0,642		
	Pernyataan 5	0,676		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X₂ dinyatakan valid. Karena data dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,206 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel (X₃) Lokasi

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Lokasi (X ₃)	Pernyataan 1	0,556	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,766		
	Pernyataan 3	0,550		
	Pernyataan 4	0,651		
	Pernyataan 5	0,699		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X_3 dinyatakan valid. Karena data dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,206 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel (X_4) Lingkungan Sosial

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Lingkungan Sosial (X_4)	Pernyataan 1	0,751	$\geq 0,206$	Valid
	Pernyataan 2	0,649		
	Pernyataan 3	0,742		
	Pernyataan 4	0,687		
	Pernyataan 5	0,342		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X_4 dinyatakan valid. Karena data dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,206 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4.15
Uji Validitas Variabel (Y) Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Minat Masyarakat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Pernyataan 1	0,720	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,644		
	Pernyataan 3	0,565		
	Pernyataan 4	0,670		
	Pernyataan 5	0,629		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.15 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel Y dinyatakan valid. Karena data dinyatakan valid ketika nilai $r_{hitung} \geq r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,206 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Setelah kuesioner dibuat kemudian kuesioner diuji coba pada beberapa responden. Data yang diperoleh kemudian dilakukan uji reabilitas. Uji reabilitas

dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butiran pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0.60 maka suatu variabel dikatakan reliabel.⁶

Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Realiabilitas Instrumen

<i>Reliability Statistics</i>		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepercayaan (X ₁)	0,677	5
Kemudahan (X ₂)	0,602	5
Lokasi (X ₃)	0,636	5
Lingkungan Sosial (X ₄)	0,614	5
Minat Masyarakat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,630	5

Sumber: Data Output SPSS.23, 2024

Pada tabel 4.16 diatas menunjukkan bahwa variabel X₁ nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,677, variabel X₂ nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,602, variabel X₃ nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,636, variabel X₄ nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,614 dan variabel Y nilai *cronbach's alpha* bernilai 0,630 maka kuesioner yang diuji pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

⁶Sofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapin Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, in *Cet.IV: Jakarta: Kencana*, edisi pert, 2013, 55.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach's alpha* lebih dari 0,60 yang artinya bahwa variabel X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar dan dapat diterima serta menghindari kemungkinan adanya pelanggaran.

Adapun uji asumsi klasik pada penelitian ini sebagai berikut:

a) Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti distribusi normal, yaitu distribusi data tersebut tidak melenceng ke kiri dan ke kanan.⁷ Untuk menguji suatu data distribusi normal atau tidak, maka dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dari *Kolmogorov-smirnov*. Dalam uji *Kolmogorov Smirnov* menjelaskan bahwa variabel penelitian dikatakan berdistribusi normal jika memenuhi syarat nilai asymptotic significant (two tailed) $> 0,05$ ⁸

Adapun hasil uji Normalitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

⁷Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, in Cet; Jakarta: PT Gramedia, 2010, 43.

⁸ Gregoriani Chinantia Masur dan Yuliasuti Rahayu "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor" *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9 no. 3 (Maret 2022), 9-10.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,31583411
Most Extreme Differences	Absolute	,034
	Positive	,034
	Negative	-,028
Test Statistic		,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Output SPSS.23,2024

Berdasarkan tabel 4.17, terlihat uji *kolmogrov-smirnov* diatas menunjukkan data berdistribusi normal dimana dapat dilihat bahwa seluruh data *Sig. (2-tailed)* menunjukkan nilai $0,2 > 0,05$ hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian diatas berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factro* (VIF) dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah

yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* <0.10 atau sama dengan VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).⁹

Adapun cara untuk mendeteksi hal tersebut, yakni dengan melihat tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepercayaan	0,810	1,235
	Kemudahan	0,560	1,786
	Lokasi	0,989	1,011
	Lingkungan Sosial	0,572	1,747

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Sumber: Data Output SPSS 23, 2024

Pada tabel 4.18 diatas menunjukkan bahawa nilai *Tolerance* pada variabel independen memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai *VIF* dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10,00 sehingga hal dinyatakan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonearitas.

⁹I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25:163* (Tejokusumo Abadi (Ed.); Sembilan), Badan Penerbit UNDIP. (n.d).

c) Uji Heteroskedastisitas

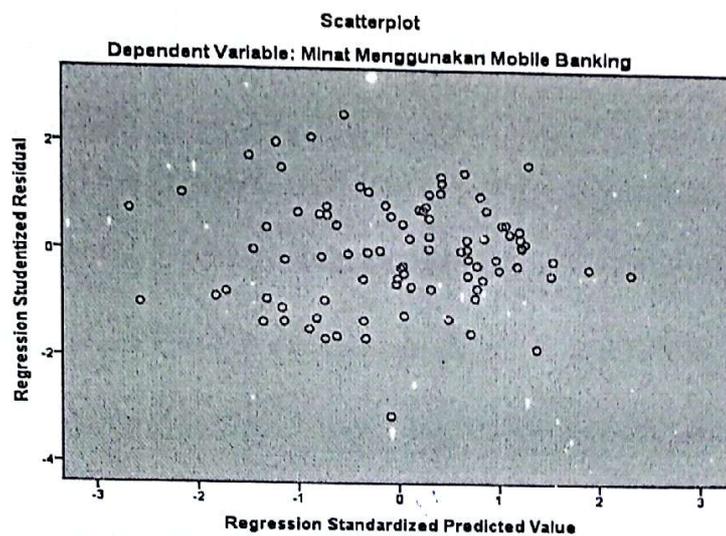
Uji Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana sebaran varian faktor atau *disturbance* (gangguan) tidak konstan sepanjang daerah observasi. Adapun metode yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu metode grafik. Metode ini dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residunya (SRESID).¹⁰ Dasar penentuan ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika ada pola tertentu (plot) yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas atau plot menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun uji heteroskedastisitas dalam data penelitian ini menggunakan metode grafik, dengan hasil sebagai berikut:

¹⁰Fadhel Mohammad, *Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender (Masyarakat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu)* (Skripsi, Perbankan Syariah, UIN Datokaram, Palu, 2023),67.

Gambar 4.1
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Output SPSS. 23, 2024

Hasil dari gambar 4.2 diatas menunjukkan tidak terdapat adanya titik-titik yang membentuk pola tertentu secara teratur serta dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada pada *scatter-plot* diatas menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian dengan jumlah sampel 91 tidak memiliki masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi yang dimana variabel terikat (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga, dan seterusnya variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear, penambahan variabel bebas ini diharapkan dapat lebih

menjelaskan karakteristik hubungan yang ada walaupun masih saja ada variabel yang terabaikan.¹¹

Analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh yang diperkirakan antara Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* dilakukan dengan rumus regresi linier berganda.

Berikut ini adalah hasil uji data yang dilakukan oleh peneliti berupa data output SPSS 23.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,025	1,109		-,022	,982
Kepercayaan	,548	,050	,586	10,870	,000
Kemudahan	,214	,065	,213	3,291	,001
Lokasi	-,064	,047	-,066	-1,356	,179
Lingkungan Sosial	,303	,064	,306	4,774	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunaka *Mobile Banking*

Sumber: Data Output SPSS. 23, 2024

Berdasarkan tabel 4.19, maka didapati bentuk persamaan regresi dari model tersebut adalah sebagai berikut:

¹¹Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistic 1 (Statistik Deskriptif)*, in Jakarta: Bumi Askar, edisi kedua., 2008,269.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e_t$$

$$Y = -0,025 + 0,548X_1 + 0,214X_2 - 0,064X_3 + 0,303X_4 + e_t$$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa keempat variabel yang mana variabel X_1 (Kepercayaan), variabel X_2 (Kemudahan), variabel X_3 (Lokasi) dan variabel X_4 (Lingkungan Sosial) ada yang memiliki arah positif dan negatif, terhadap variabel Y (Minat Menggunakan *Mobile Banking*), hasil perhitungan diatas dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstantan persamaan linear menunjukkan angka negatif 0,025 ini diartikan jika variabel independen yaitu X_1 (Kepercayaan), X_2 (Kemudahan), X_3 (Lokasi) dan X_4 (Lingkungan Sosial) diasumsikan (0), maka variabel minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* sebesar -0,025.
- b. Nilai koefisien regresi Kepercayaan (X_1) sebesar 0,548 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan jika variabel Kepercayaan (X_1) mempunyai hubungan yang baik, maka minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* (Y) akan meningkat 0,548.
- c. Nilai koefisien variabel Kemudahan (X_2) sebesar 0,214 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika variabel Kemudahan (X_2) mempunyai hubungan yang baik, maka minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* (Y) akan meningkat 0,214.
- d. Nilai koefisien variabel Lokasi (X_3) sebesar 0,064 dan bernilai negatif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika variabel Lokasi (X_3) mengalami peningkatan

maka minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* (Y) akan menurun sebesar 0,064.

- e. Nilai koefisien variabel Lingkungan Sosial (X_4) sebesar 0,303 dan bernilai positif. Hal ini menunjukkan arti bahwa jika variabel Lingkungan Sosial (X_4) mempunyai hubungan yang baik, maka minat masyarakat menggunakan *Mobile Banking* (Y) akan meningkat 0,303.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan alternatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Cara untuk menguji hipotesis menggunakan uji T dan uji F.¹²

a) Uji T

Uji T statistik yang digunakan untuk mengetahui perbedaan antara dua variabel. Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas yang menjelaskan tentang variabel-variabel terikat.¹³ Maka dapat diartikan apakah pengaruh variabel kepercayaan (X1), kemudahan (X2), lokasi (X3) dan lingkungan sosial (X4) signifikan atau tidak.

¹²Sujarweni, *Metode Penelitian Lengkap*, n.d.

¹³Fathnur Sani, *Metodelogi Penelitian Farmasi Komunitas Dari Eksperimental*, in Cet 3, Yogyakarta: Deepublish, 2018, 97.

Alat ini digunakan untuk membandingkan signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan taraf signifikansi 5%. Ayat pengambilan keputusan dalam uji t dengan SPSS apabila:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.¹⁴

Adapun hasil data uji T pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Hipotesis T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,025	1,109		-,022	,982
Kepercayaan	,548	,050	,586	10,870	,000
Kemudahan	,214	,065	,213	3,291	,001
Lokasi	-,064	,047	-,066	-1,356	,179
Lingkungan Sosial	,303	,064	,306	4,774	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Sumber: Data Output SPSS. 23, 2024

Pada tabel 4.20 hasil perhitungan statistik diatas, apabila uji T dari variabel dimasukkan dalam regresi terlihat sebagai berikut.

- 1) Diketahui bahwa variabel Kepercayaan (X_1) diperoleh $t_{hitung} 10,870 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Kepercayaan

¹⁴ Imam Ghozali, "Aplikasi Analisis Multivariient dengan Program SPSS", (Cet. III; Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006), 95

berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.

- 2) Diketahui bahwa variabel Kemudahan (X_2) diperoleh $t_{hitung} 3,291 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.
- 3) Diketahui bahwa variabel Lokasi (X_3) diperoleh $t_{hitung} -1,356 < t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) 0,17 lebih besar dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,17 > 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.
- 4) Diketahui bahwa variabel Lingkungan Sosial (X_4) diperoleh $t_{hitung} 4,774 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.

b) Uji F

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun prosedur dalam uji

F ini ialah membandingkan F hitung dengan F tabel dan nilai signifikan $< 0,05$, adapun kriteria penentuannya adalah sebagai berikut:

1) Jika F hitung $> F$ tabel, dan nilai sig $< 0,05$ maka H_a ditolak dan H_1 diterima.

Artinya terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2) Jika F hitung $< F$ tabel, dan nilai sig $> 0,05$ maka H_1 diterima dan H_a ditolak.

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil datanya dapat dilihat pada tabel 4.21 berikut ini,

Tabel 4.21
Hasil Uji Hipotesis F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	613,673	4	153,418	84,670	,000 ^b
	Residual	155,828	86	1,812		
	Total	769,500	90			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Lokasi, Kepercayaan, Kemudahan

Sumber: Data Output SPSS 23, 2024.

Pada tabel 4.21 hasil uji Anova (*Analysis Of Varians*) atau F test diketahui bahwa nilai $F_{hitung} 84,670 > F_{tabel} 2,478$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*.

5. Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar *presentase* sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.¹⁵

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial) terhadap variabel dependen (minat masyarakat Desa Simoro menggunakan *Mobile Banking*).

Hasil perhitungan statistik oleh SPSS versi 23 menunjukkan persentase keberpengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,893 ^a	,797	,788	1,34609	1,752

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Lokasi, Kepercayaan, Kemudahan

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan tabel 4.22 diatas diperoleh nilai *R Square* (R^2) sebesar 0,788 ini artinya sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 78,8%. Sedangkan sisanya yaitu 21,2% merupakan

¹⁵Ibid, 99.

variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* yang tidak digunakan ataupun diteliti pada penelitian ini.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking*

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, hal ini dibuktikan dengan hasil uji T. Kepercayaan (X_1) diperoleh t_{hitung} 10,870 > t_{tabel} 1,987 dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih besar dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 > 0,05$. Sehingga Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*. Yang dimana, apabila kepercayaan masyarakat mengenai sebuah aplikasi *mobile banking* semakin tinggi maka masyarakat akan menggunakan aplikasi tersebut tetapi jika tingkat kepercayaan masyarakat mengenai aplikasi *mobile banking* rendah, maka masyarakat tidak akan tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Hal ini dipengaruhi oleh teori sistem informasi, yaitu TAM (*Technology Acceptance Model*). Menurut Ismayanti¹⁶ TAM adalah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi. Tujuan TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan

¹⁶ Devi R, Ismayanti, Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Individu (Studi pada PT. Bio Farma (Persero) Bandung), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. 2018.

pengguna.¹⁷ Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya.¹⁸ Kemudahan (ease) bermakna tanpa kesulitan atau tidak memerlukan usaha keras saat menggunakan teknologi tersebut.

Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam relationship dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan nantinya akan menghasilkan hasil yang positif bagi pihak yang dipercaya.¹⁹

Adapun berdasarkan hasil deskripsi pada variabel kepercayaan didapatkan bahwa, beberapa masyarakat di Desa Simora percaya bahwa aplikasi *mobile banking* dapat melindungi data pribadi pengguna sehingga pengguna merasa aman saat mengakses data diri pada aplikasi *mobile banking*. Yang dimana kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat terhadap suatu aplikasi *mobile banking* tentu saja dikarenakan aplikasi tersebut telah mampu memberikan rasa aman terhadap masyarakat sebagai pengguna aplikasi tersebut sehingga meningkatkan rasa

¹⁷ Nadia et al, "Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK), Jakarta, 2021.

¹⁸ Yuliana, R. Y & Rahmawati, Y. D. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan EWallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2): 157-168, 2020.

¹⁹ Maharani, A.D. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. Skripsi*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan). 2010.

kepercayaan masyarakat untuk terus menggunakan aplikasi *mobile banking* yang telah dia gunakan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yakni Rena Deliyana, Berlintina, Permatasari, Dewi Sukmasari.²⁰. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi keamanan dan persepsi kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* karena dengan tinggi rendahnya kepercayaan yang dimiliki masyarakat terkait aplikasi *mobile banking* akan mempengaruhi minat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut atau tidak.

2. Pengaruh Kemudahan Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, hal ini dibuktikan dengan hasil uji T. Kemudahan (X_2) diperoleh t_{hitung} 3,291 > t_{tabel} 1,987 dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kemudahan dapat mempengaruhi

²⁰Rena Deliyana, Berlintina, Permatasari, Dewi Sukmasari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca*. Vol. 2, No. 2, September 2022, 1-16.

minat masyarakat menggunakan *mobile banking* dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh penyedia layanan *mobile banking* tersebut dapat mempermudah masyarakat untuk mengerti dan paham untuk menggunakan aplikasi tersebut tanpa perlu usaha yang keras untuk belajar dalam mengakses aplikasi tersebut. Dengan kata lain, jika aplikasi *mobile banking* tersebut lebih mudah untuk diakses oleh masyarakat daripada datang langsung ke bank maka masyarakat tentu saja lebih berminat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* yang dapat mempermudah kehidupan mereka.

Demikian Menurut Alvi Rizki Hady's Utami,²¹ yaitu mengenai kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasiannya. Pada TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan antar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna TI (teknologi informasi). TAM adalah sebuah teori yang menjelaskan persepsi pengguna teknologi. Persepsi pengguna tersebut akan mempunyai pengaruh terhadap minat menggunakan TI tersebut. Definisi tersebut juga didukung oleh Arief Wibowo yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat dengan mudah dipahami dan digunakan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari sistem atau teknologi karena individu yakin

²¹ Alvi Rizki Hady's, Utami. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan ECommerce. Platform Riset Mahasiswa Akuntansi (PRISMA): Vol. 1, No. 6, 79-93, 2020.

bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan sistem juga dapat menunjukkan bahwa sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.

Adapun berdasarkan hasil deskriptif variabel Kemudahan rata-rata masyarakat setuju bahwa aplikasi *mobile banking* memiliki kemudahan dalam penggunaannya sebab aplikasi *mobile banking* memberikan fleksibilitas dalam melakukan transaksi yang artinya transaksi dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, sehingga mempermudah kehidupan masyarakat dalam melakukan transaksi terlebih lagi bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu banyak untuk datang langsung ke bank.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lia Nurparliana, Titin Astuti, Miswan.²² Hasil kesimpulannya didapati bahwa pengetahuan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan e-channel secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap minat bertransaksi ulang secara *online*.

Kemudahan adalah sebuah teknologi yang diartikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer/*internet banking* bisa dengan mudah dipahami dan digunakan sehingga nasabah tidak harus memerlukan usaha yang keras dalam menggunakannya.²³

²²Lia Nurparliana, Titin Astuti, Miswan, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah Btn Kc Kelapa Gading Square)*, jurnal Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol 1. April, 2022, 310-322.

²³Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly. Vol. 13 No. 5, 1989, pp319-339.

Dalam dunia aplikasi *mobile banking* kemudahan dalam melakukan transaksi merupakan salah satu daya tarik untuk menarik minat masyarakat menggunakan aplikasi tersebut. Yang dimana ketika masyarakat merasa bahwa penggunaan transaksi online dengan aplikasi *mobile banking* memberikan kemudahan yang lebih banyak ketimbang masyarakat melakukannya secara langsung (offline) maka tentu saja masyarakat lebih memilih melakukan hal yang lebih mudah ketimbang hal yang mempersulit diri mereka, apalagi bagi masyarakat yang tidak memiliki waktu yang banyak, maka kemudahan yang diberikan dari aplikasi *mobile banking* menjadi salah satu solusi mereka dalam melakukan transaksi kapan saja dan dimana saja.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kemudahan memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* hal ini dikarenakan Kemudahan yang diberikan oleh aplikasi *mobile banking* memiliki peran penting dalam mempermudah kehidupan masyarakat terlebih lagi dalam hal bertransaksi.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, hal ini dibuktikan dengan hasil uji T. Lokasi (X_3) diperoleh $t_{hitung} -1,356 < t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) $0,17$ lebih besar dari nilai alpha (α) $0,05$ artinya $0,17 > 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Sehingga dapat dikatakan bahwa lokasi tidak menjadi salah satu hal yang

dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*. Dengan kata lain, jauh atau dekatnya jarak lokasi masyarakat tidak menjadi tolak ukur masyarakat untuk dapat mengakses layanan yang ada pada aplikasi *mobile banking*, sehingga hal ini tidak menjadi hal yang dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Technology acceptance model (TAM) merupakan teori penerimaan teknologi yang digunakan dalam penelitian ini. *Technology acceptance model* (TAM), yang diperkenalkan oleh Davis²⁴ adalah suatu adaptasi dari *theory of reasoned action* (TRA) yang dikhususkan untuk memodelkan penerimaan pemakai (*user acceptance*) terhadap teknologi. Model ini dikembangkan kembali oleh beberapa peneliti. TAM menjelaskan suatu hubungan sebab akibat antara suatu keyakinan (manfaat suatu sistem informasi dan kemudahan penggunaannya) serta perilaku, keperluan dan pengguna suatu sistem informasi. Menurut Wahyono²⁵ lokasi perbankan adalah suatu jaringan (*net-working*) dimana nasabah mampu memanfaatkan produk dan jasa perbankan. Sehingga, lokasi bank dapat diartikan sebagai strategi dari perbankan untuk menarik minat nasabah dalam berhubungan dengan bank tersebut. Dalam menentukan lokasi kantor cabang, bank harus mempertimbangkan dari berbagai aspek agar tidak merugikan nasabah dan perbankan itu sendiri.

²⁴Davis, F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly, Vol. 13 No. 5, 1989, 319-339.

²⁵Wahyono, S. I. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010, 126.

Adapun berdasarkan hasil deskriptif variabel Lokasi rata-rata masyarakat setuju bahwa mereka puas dengan kecepatan atau kelancaran transaksi di *mobile banking* tetapi banyak juga yang tidak setuju bahwa lokasi bank fisik yang jauh menjadi alasan mereka untuk memilih menggunakan *mobile banking*. Hal inilah yang menjadi penilaian bahwa lokasi rumah yang jauh dari bank fisik tidak menjadi tolak ukur bagi masyarakat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*, selain itu jarak lokasi yang jauh dari perkotaan tidak membuat akses masyarakat dalam menggunakan layanan *mobile banking* menjadi terhambat sehingga hal inilah yang menjadikan bahwa lokasi jauh atau dekatnya tempat tinggal mereka dari perkotaan ataupun bank fisik tidak akan mempengaruhi minat masyarakat Desa Simoro dalam menggunakan *mobile banking*.

Hasil ini bertolak belakang dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Raihana, Riza Aulia Azhary.²⁶ Yang mendapati bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memanjangkan barang-barang dagangannya. Konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang

²⁶Siti Raihana, Riza Aulia Azhary, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)*, JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance Volume 2, No 2, 110-123.

ditawarkan secara langsung.²⁷ Dalam dunia aplikasi *mobile banking* lokasi rata-rata menjadi salah satu alasan masyarakat untuk menggunakan aplikasi ini, akan tetapi pada penelitian yang dilakukan di Desa Simoro ini didapati bahwa masyarakatnya menggunakan aplikasi *mobile banking* bukan terpengaruh karena jarak lokasi tempat tinggal mereka akan tetapi disebabkan oleh faktor lainnya, yang mungkin saja dikarenakan kemudahannya untuk diakses atau lain sebagainya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, hal ini dikarenakan dekat atau jauhnya jarak lokasi tempat tinggal masyarakat di Desa Simoro dengan perkotaan ataupun Bank tidak menjadi hal yang mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan aplikasi *mobile banking*.

4. Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, hal ini dibuktikan dengan hasil uji T. Lingkungan Sosial (X_4) diperoleh $t_{hitung} 4,774 > t_{tabel} 1,987$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa variabel Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Sehingga dapat dikatakan bahwa Lingkungan Sosial dapat mempengaruhi minat masyarakat menggunakan *mobile*

²⁷Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015, 140.

banking dikarenakan apabila dalam suatu lingkungan sosial atau tempat tinggal masyarakat tersebut rata-rata menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi maka secara tidak langsung hal ini akan mempengaruhi masyarakat lainnya yang belum menggunakan aplikasi tersebut untuk ikut menggunakan aplikasi *mobile banking* sama seperti yang digunakan oleh masyarakat lainnya. Dengan kata lain, jika rata-rata masyarakat yang tinggal di Desa Simoro menggunakan aplikasi *mobile banking* dalam melakukan transaksi maka masyarakat yang belum menggunakan aplikasi tersebut akan merasa terasingkan sehingga minat mereka untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* tersebut akan meningkat.

Model TAM mengkonsepkan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi baru. Asalnya dari pendekatan teori psikologis untuk menjelaskan pengguna yang mengacu pada kepercayaan, sikap, minat, dan hubungan perilaku pengguna. Ciri khas dari Model TAM adalah sederhana namun bisa memprediksi penerimaan maupun penggunaan teknologi. Variabel eksternal dapat diganti dan disesuaikan dengan obyek dan topik penelitian. Dari berbagai hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan model TAM contohnya adalah: kompleksitas, kepercayaan, efikasi diri, faktor sosial, jaminan layanan, kualitas koneksi internet, dan lain sebagainya. Menurut Venkatesh²⁸ mengintegrasikan model TAM dengan memasukkan faktor intrinsik dan ekstrinsik sebagai variabel eksternal yang mempengaruhi penggunaan sistem. Faktor intrinsik berarti muncul dari dalam

²⁸ Venkatesh, V., Speier, C., & Morris, M.G. User acceptance enablers in individual decision making about technology: Toward an integrated model. *Decision Sciences*, Vol. 33 No. 2, pp. 297–316, 2002.

individu pengguna, sedangkan faktor ekstrinsik berarti karena faktor lingkungan yang mendorong pengguna menggunakan sistem informasi. Adanya variabel eksternal (misalnya dalam tulisan ini: Sistem Informasi Perpustakaan) akan dianalisis dengan persepsi kemudahan penggunaan dan kebermanfaatan, kemudian dari persepsi kemudahan diprediksi akan mempengaruhi persepsi kebermanfaatan.

Adapun berdasarkan hasil deskriptif variabel Lingkungan Sosial rata-rata masyarakat setuju bahwa aplikasi *mobile banking* membantu mereka dalam menghemat waktu dalam melakukan transaksi, sebab aplikasi *mobile banking* dapat diakses baik saat masyarakat berada di dalam rumah maupun saat berada di lingkungan sosial tanpa mengganggu waktu aktivitas masyarakat lainnya.

Hasil ini bertolak belakang dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Raihana, Riza Aulia Azhary.²⁹ Yang mendapati bahwa variabel lingkungan sosial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat menabung di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram

Lingkungan sosial merupakan “manusia-manusia lain yang ada di sekitarnya seperti tetangga-tetangga, teman-teman, bahkan juga orang lain di sekitarnya yang belum dikenal”.³⁰ Dalam lingkungan sosial, sesuatu hal yang dilakukan oleh orang lain akan memberikan efek yang besar kepada masyarakat lainnya, apalagi jika hal

²⁹Siti Raihana, Riza Aulia Azhary, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)*, JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance Volume 2, No 2, 110-123.

³⁰Amsyari. *Prinsip-Prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*. Jakarta: Ghalia. 1986, 12.

yang dilakukan itu merupakan hal yang positif dan rata-rata semua masyarakat melakukan hal tersebut maka secara tidak langsung masyarakat yang tidak atau belum melakukan hal tersebut akan merasa terasingkan dan memiliki minat untuk mengikuti hal yang orang lain lakukan, sebagai contoh jika dalam suatu lingkungan di Desa Simoro yang rata-rata masyarakatnya menggunakan aplikasi *mobile banking* maka secara tidak langsung masyarakat yang tidak menggunakan *mobile banking* akan merasa berbeda dan perlahan-lahan minatnya untuk mulai belajar menggunakan *mobile banking* juga perlahan akan muncul dengan sendirinya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa Lingkungan Sosial memiliki pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* hal ini dikarenakan apa yang diberikan dan mencolok di lingkungan sosial akan mempengaruhi minat masyarakat yang tinggal di lingkungan tersebut.

5. Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking

Berdasarkan hasil penelitian output SPSS 23 ini menunjukkan bahwa besar nilai $F_{hitung} 84,670 > F_{tabel} 2,478$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$, sehingga berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X_1), Kemudahan (X_2), Lokasi (X_3) dan Lingkungan Sosial (X_4) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* (Y).

Hal ini juga bisa dibuktikan dengan melihat hasil uji nilai *R Square* (R^2) yang menunjukkan bahwa kepercayaan, kemudahan, lokasi dan lingkungan sosial secara

bersama-sama memiliki proporsi pengaruh terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking* sebesar 0,788 ini artinya sebagai persentase atau variasi kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 78,8%. Sedangkan sisanya yaitu 21,2% merupakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking* yang tidak digunakan ataupun diteliti pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga dipengaruhi oleh Teori TAM, Menurut Ismayanti³¹ TAM adalah teori sistem informasi yang dirancang untuk menjelaskan bagaimana pengguna mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi (Ismayanti, 2018). Menurut Nadia et, al³² Tujuan TAM adalah untuk memberikan dasar penelusuran pengaruh faktor eksternal terhadap kepercayaan, sikap dan tujuan pengguna. Sedangkan Menurut Alvi Rizki Hady'S Utami³³ mengenai kemudahan penggunaan teknologi ini merujuk pada keyakinan individu bahwa sistem teknologi informasi yang digunakan tidak dibutuhkan usaha yang besar pada saat pengoperasiannya. Pada TAM digunakan sebagai dasar untuk mengetahui hubungan antar persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap minat pengguna TI (teknologi informasi).

³¹ Ismayanti Devi R, Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Individu (Studi pada PT. Bio Farma (Persero) Bandung), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. 2018.

³² Nadia et al, "Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK), Jakarta, 2021.

³³ Alvi Rizki Hady's, Utami. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan ECommerce. Platform Riset Mahasiswa Akuntansi (PRISMA): Vol. 1, No. 6, 79-93, 2020.

Kemudian berdasarkan hasil deskriptif untuk variabel minat masyarakat, menggunakan *mobile banking* diketahui bahwa kebanyakan masyarakat memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi dikarenakan mereka lebih suka bertransaksi dengan *mobile banking* dibandingkan dengan menggunakan cara transaksi yang lain. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti yang telah penulis teliti pada penelitian kali ini, yang dimana masyarakat lebih suka menggunakan *mobile banking* untuk bertransaksi dibandingkan dengan menggunakan cara lain dikarenakan rasa kepercayaan mereka yang tinggi terkait perlindungan data diri mereka yang ada pada aplikasi *mobile banking* yang mereka rasa lebih aman dibandingkan pada aplikasi lainnya, kemudian faktor lainnya ada pada kemudahan penggunaan aplikasi *mobile banking* ini yang dimana masyarakat merasa bahwa aplikasi ini dapat dengan mudah di akses dimana saja dan kapan saja di saat yang mereka inginkan faktor selanjutnya yakni karena lingkungan sosial yang membuat mereka juga harus untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* ini.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Maka ditarik kesimpulan:

1. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Karena apabila kepercayaan masyarakat mengenai sebuah aplikasi *mobile banking* semakin tinggi maka masyarakat akan menggunakan aplikasi tersebut secara terus menerus tetapi jika tingkat kepercayaan masyarakat mengenai aplikasi *mobile banking* rendah, maka masyarakat tidak akan tertarik untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga dengan adanya kepercayaan maka minat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* pasti akan ikut terpengaruh.
2. Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dikarenakan kemudahan yang diberikan oleh penyedia layanan *mobile banking* tersebut dapat mempermudah masyarakat untuk mengerti dan paham untuk menggunakan aplikasi tersebut tanpa perlu usaha yang keras untuk belajar dalam mengakses aplikasi tersebut. Dengan kata lain, jika aplikasi *mobile banking* tersebut lebih mudah untuk diakses oleh masyarakat daripada datang langsung ke bank

maka masyarakat tentu saja lebih berminat untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* yang dapat mempermudah kehidupan mereka.

3. Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dikarenakan dekat atau jauhnya jarak lokasi tempat tinggal masyarakat di Desa Simoro dengan perkotaan ataupun Bank tidak menjadi hal yang mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan ataupun tidak menggunakan aplikasi *mobile banking*.
4. Lingkungan Sosial berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini dikarenakan apa yang diberikan dan terlihat mencolok di lingkungan sosial akan mempengaruhi minat masyarakat yang tinggal di lingkungan tersebut.
5. Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat masyarakat menggunakan *mobile banking*, sebab kebanyakan masyarakat memilih menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk melakukan transaksi dikarenakan mereka lebih suka bertransaksi dengan *mobile banking* dibandingkan dengan menggunakan cara transaksi yang lain. Hal ini tentu saja dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti rasa kepercayaan mereka yang tinggi terkait perlindungan data diri mereka yang ada pada aplikasi *mobile banking*, adanya kemudahan dari penggunaan aplikasi *mobile banking* yang dimana masyarakat merasa bahwa aplikasi ini dapat dengan mudah di akses dimana

saja dan kapan saja di saat yang mereka inginkan faktor selanjutnya yakni karena lingkungan sosial yang membuat mereka juga harus untuk menggunakan aplikasi *mobile banking* ini.

B. Saran

1. Bagi masyarakat di Desa Simoro diharapkan mampu untuk terus mengikuti perkembangan zaman yang dimana saat ini kebanyakan transaksi sudah dilakukan secara online, yang dimana diharapkan kedepannya masyarakat di Desa Simoro tidak hanya mengenal dan menggunakan aplikasi *mobile banking* saja tetapi juga bisa menggunakan alat transaksi lainnya yang termasuk dalam kategori *e-wallet* seperti aplikasi Dana dan juga Ovo.
2. Bagi pihak pemerintah di Desa Simoro diharapkan mampu untuk menyediakan sosialisasi untuk mengingatkan warganya betapa pentingnya belajar terkait transaksi digital, sehingga masyarakat di Desa Simoro mampu untuk bersaing sesuai dengan perkembangan zaman seperti saat ini, serta dapat mempermudah masyarakat dalam meningkatkan perekonomian mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Ma'ruf, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2015).
- Afshan, S., & Sharif, A. *Acceptance of mobile banking framework in Pakistan. Telematics and Informatics*, 33(2), 2016.
- Ahmad, & Pambudi, B. S. *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)*. *Journal of Management Studies* Vol 8, No 1, 2014.
- Amsyari. *Prinsip-Prinsip Masalah Pencemaran Lingkungan*. Jakarta: Ghalia. 1986.
- Arikunto dan Suharsimi, *Management Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006).
- Arikunto Suharsimi, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2000)
- Arsip Pemerintah Desa Simoro Kec. Gumbasa Kab. Sigi
- Astuti, Wiji Nur. *Teknologi Perbankan*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2019.
- Barnes, J. G. *Secrets of Costumer Relationship*, 2003.
- Basoeky, Unggul., et.al. *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Berbagai Aspek Kehidupan Masyarakat*. Bandung: CV Media Sains Indonesia. 2020.
- Chika, S., Ismaini, L., & Armanda, D. *Teknik Sterilisasi Eksplan *Castanopsis argantea* dengan Penambahan Asam Askorbat dan Natrium Hipoklorit In Vitro*. *Berkala Ilmiah Biologi*, Vol. 13, No. 2, 2022.
- Chinantia Gregoriana Masur dan Yuliasuti Rahayu "Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor" *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 9 no. 3 (Maret 2022).
- Dalyono. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta:Rineka Cipta. 1997.
- Davis,F.D. *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. *MIS Quarterly*.Vol. 13 No. 5, 1989.
- Deliyana Rena, Berlintina, Permatasari, Dewi Sukmasari, *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap*

Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Mobile Banking Bca. Vol. 2, No. 2, September 2022.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi ke-4, Gramedia: Jakarta. 2008.

Devi R, Ismayanti, Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akuntansi terhadap Kinerja Individu (Studi pada PT. Bio Farma (Persero) Bandung), Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung. 2018.

Esthi Dwit yanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Layanan Internet Banking Mandiri" (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008).

Fadhel Mohammad, *Pengaruh Persepsi Bagi Hasil, Produk Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung Pasca Merger Bank Syariah Pada Generasi Z Berdasarkan Gender (Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Univrstas Islam Negeri Datokarama Palu)* (Skripsi, Perbankan Syariah, UIN Datokaram, Palu, 2023).

Firdayanti, R. *Persepsi Risiko Melakukan E-commerce dengan Kepercayaan Konsumen Dalam Membeli Produk Fashion Online.* Journal of Social and Industrial Psychology. Vol. 1. No. 1, 2012.

Fitri Annisa Iriani, *Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo*, Dinamis- Journal of Islamic Management and Bussines, Vol. 2, No. 2 Oktober 2018.

Gozali Imam, *Aplikasi Analsis Multivariate Dengan Promosi IBM SPSS 23* (Semarang: Universitas Diponegoro, 2013).

Hadi Syamsul, Novi, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Layanan Mobile Banking*, Jurnal Nominal Vol 5, No.1, 2015.

Hamalik, Oemar. *Proses Belajar dan Mengajar*. Bandung: Sinar Baru. 2001.

Hartono, Jogiyanto. *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman.* BPFE. Yogyakarta. 2011.

I Ketut Swarjana, et al., eds., *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian* (Penerbit Andi, 2022).

I Made Laut Mertha Jaya, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Anak Hebat Indonesia, Yogyakarta, 2020).

- I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25:163* (Tejokusumo Abadi (Ed.); Sembilan), Badan Penerbit UNDIP.
- Idris Muhammad, Rully Trihantana, *Analisis Mutu Layanan Electronic Delivery Channel Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bni Syariah)*, (Jurnal Nisbah Vol. 2 No. 1 Tahun 2016).
- Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistic 1 (Statistik Deskriptif)*, in Jakarta: Bumi Askar, edisi kedua., 2008.
- Juliansyah Noor, "Metodologi Penelitian," In Jakarta: Pranada Media Group, 2011.
- Kamaruddin Ilham, et al., eds., *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Global Eksekutif Teknologi, 2023).
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2015.
- Kasmir. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2012.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Kementrian Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: Perumahan Bumi Adipura. 2004.
- Maharani, A.D. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro (tidak diterbitkan). 2010.
- Mahendra Irmadhani, Adhi Nugroho, *Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Computer Self Efficacy Terhadap Penggunaan Online Banking Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Jurnal Kajian pendidikan dan akuntansi indonesia, Vol. 1, No.3, 2012.
- Mastia Dwi Harlan, *Op.Cit*,
- Mayer, R.C. et al. *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*. 1995.
- Miftahuddin, Decky Hendarsyah, *Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkalis Dengan Bank Mandiri Kc. Bengkalis*, IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol.8, No.1, Juni 2019.

- Nadia et al, "Seminar Nasional Riset dan Teknologi (SEMNAS RISTEK), Jakarta, 2021.
- Nailul Fina et al. *Intensitas Kepercayaan Konsumen, Citra Merek Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Customer Chatime Di Mall Ciputra Semarang*. Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen 2022, Vol. 9, No. 1, 2022.
- Nasution, dan Fahmi Natigor, *Penggunaan Teknologi Informasi berdasarkan Aspek Prilaku*, Universitas Sumatra Utara Digital Library, 2004.
- Naufal, Ahmad Rizky. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pengguna BSI Mobile Banking*. Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta. 2023.
- Nazar, M.R. dan Syahrani. "Pengaruh Privasi, Keamanan, Kepercayaan, dan Pengalaman terhadap Niat untuk Bertransaksi secara Online". Disertasi. Universitas Gajahmada. Yogyakarta. 2008.
- Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, Abdul Jalil, *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu*, Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1.
- Nurparliana Lia, Titin Astuti, Miswan, *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Channel Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online (Studi Kasus Pada Nasabah Btn Kc Kelapa Gading Square)*, jurnal Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK), Vol 1. April, 2022.
- Otoritas Jasa Keuangan. "buku bijak ber-ebanking.," 2015.
- Prishellya Firza & Angghisna Aulia. *Layanan, Pengaruh Kualitas, dan Kepuasan. Studi Pada Bank Jatim Kantor Cabang Bojonegoro*. 2021.
- Rafika Ulfa, *Variabel Penelitian Dalam Penelitian Pendidikan*, Al-Fathonah 1, No. 1, (2021).
- Raihana Siti, Riza Aulia Azhary, *Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya)*, JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance Volume 2, No 2.

- Renny, I., Guritno, S., & Siringoringo, H. *Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude Towards Online Shopping Usefulness Towards Online Airlines Ticket Purchase. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 81, 2013.
- Sani Fathnur, *Metodelogi Penelitian Farmasi Komunitas Dari Eksperimental*, in Cet 3, Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Santoso Aprih dan Sri Widowati, 2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian, *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, No. 2, FE-USM.
- Santoso Singgih, *Statistik Multivariat*, in Cet; Jakarta: PT Gramedia, 2010.
- Sari Mujiani, et al., eds., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
- Sholihin, Ahmad Ifham. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Penerbit Gramedia Pustaka Utama. 2020.
- Siregar Sofyan iregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapin Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*, in Cet.IV: Jakarta: Kencana, edisi pert, 2013.
- Stroz. *Lingkungan Sosial*. Universitas Gajah Mada, 1987.
- Sugih Imam 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*, Vol. V, No.2, 2015.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sujarweni, *Metode Penelitian Lengkap*, n.d.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen*. Bogor: PT. Ghalia Indonesia. 2003.
- Suryabarata Sumardi, *Metodologi Penelitian*, in Jakarta; PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- Syaudih Nana, *Metode Penelitian Tindakan Kelas* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004).
- Tjiptono Andi, Fandy. *Strategi pemasaran*. Edisi 4, 2015.

- Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafida, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)* (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Utami, Alvi Rizki Hady's. Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan ECommerce. Platform Riset Mahasiswa Akuntansi (PRISMA): Vol. 1, No. 6, 79-93, 2020.
- V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian (lengkap, praktis, dan mudah dipahami)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014.
- Venkatesh, V., Speier, C., & Morris, M.G. User acceptance enablers in individual decision making about technology: Toward an integrated model. *Decision Sciences*, Vol. 33 No. 2, pp. 297–316, 2002.
- Wahyono, S. I. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2010.
- Website Resmi BPS Kecamatan Gumbasa, diakses melalui: <https://sigikab.bps.go.id>, pada tanggal 29 Oktober 2024.
- Wibowo Arief, *Kajian tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM)*, Universitas Budi Luhur, Jakarta, 2006.
- Wulandari, P., & Yushinta, F. Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 6(5),2019.
- Yaufi Andriyanto. *Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Risiko dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Rekening Ponsel (Studi Kasus Pada Nasabah CIMB NIAGA Daerah Istimewa Yogyakarta)*. Skripsi.Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.2014.
- Yonatan Sulle. *Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi)*. *Jurnal Ilmu Hukum Humaniora dan Politik* Vol. 2, No. 1, 2022.
- Yuliana, R. Y & Rahmawati, Y. D. Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan EWallet. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2): 157-168, 2020.
- Yulianto Tri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan ATM Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank BRI)* (Skripsi, Jurusan

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah,
Surakarta, 2015).

L
A
M
P
I
R
A
N

HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Uji Validitas Variabel (X₁) Kepercayaan

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Kepercayaan (X ₁)	Pernyataan 1	0,702	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,600		
	Pernyataan 3	0,617		
	Pernyataan 4	0,782		
	Pernyataan 5	0,616		

Uji Validitas Variabel (X₂) Kemudahan

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Kemudahan (X ₂)	Pernyataan 1	0,563	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,492		
	Pernyataan 3	0,724		
	Pernyataan 4	0,642		
	Pernyataan 5	0,676		

Uji Validitas Variabel (X₃) Lokasi

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Lokasi (X ₃)	Pernyataan 1	0,556	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,766		
	Pernyataan 3	0,550		

	Pernyataan 4	0,651		
	Pernyataan 5	0,699		

Uji Validitas Variabel (X₄) Lingkungan Sosial

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Lingkungan Sosial (X ₄)	Pernyataan 1	0,751	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,649		
	Pernyataan 3	0,742		
	Pernyataan 4	0,687		
	Pernyataan 5	0,342		

Uji Validitas Variabel (Y) Minat Masyarakat Menggunakan *Mobile Banking*

Variabel	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Minat Masyarakat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	Pernyataan 1	0,720	≥0,206	Valid
	Pernyataan 2	0,644		
	Pernyataan 3	0,505		
	Pernyataan 4	0,670		
	Pernyataan 5	0,629		

Hasil Uji Realibilitas Instrumen

<i>Reliability Statistics</i>		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kepercayaan (X ₁)	0,677	5
Kemudahan (X ₂)	0,602	5
Lokasi (X ₃)	0,636	5
Lingkungan Sosial (X ₄)	0,614	5
Minat Masyarakat Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)	0,630	5

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,31583411
Most Extreme Differences	Absolute	,034
	Positive	,034
	Negative	-,028
Test Statistic		,034
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

HASIL ANALISIS LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,025	1,109		-,022	,982
Kepercayaan	,548	,050	,586	10,870	,000
Kemudahan	,214	,065	,213	3,291	,001
Lokasi	-,064	,047	-,066	-1,356	,179
Lingkungan Sosial	,303	,064	,306	4,774	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

HASIL UJI HIPOTESIS

1. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,025	1,109		-,022	,982
Kepercayaan	,548	,050	,586	10,870	,000
Kemudahan	,214	,065	,213	3,291	,001
Lokasi	-,064	,047	-,066	-1,356	,179
Lingkungan Sosial	,303	,064	,306	4,774	,000

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

2. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	613,673	4	153,418	84,670	,000 ^b
Residual	155,828	86	1,812		
Total	769,500	90			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan *Mobile Banking*

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Lokasi, Kepercayaan, Kemudahan

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R²)

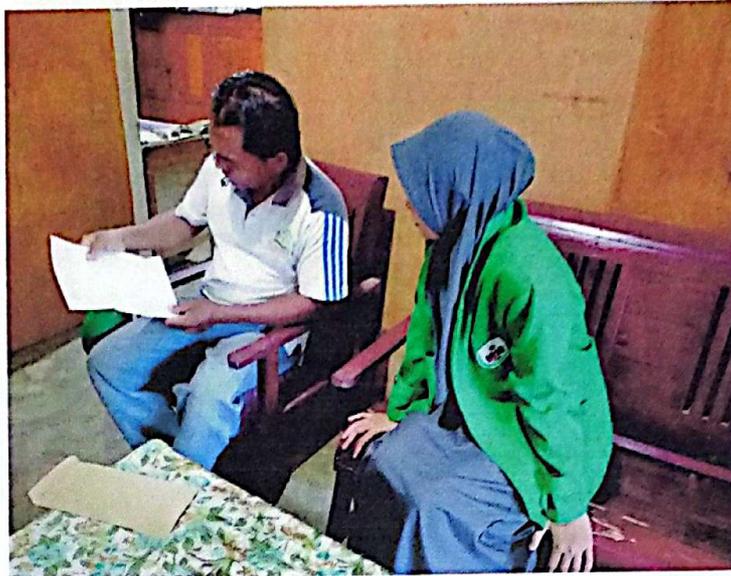
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.893 [*]	.797	.788	1.34609	1.752

- a. Predictors: (Constant), Lingkungan Sosial, Lokasi, Kepercayaan, Kemudahan
b. Dependent Variable: Minat Menggunakan Mobile Banking

DOKUMENTASI

Penyerahan Surat Izin Penelitian di Desa Simoro



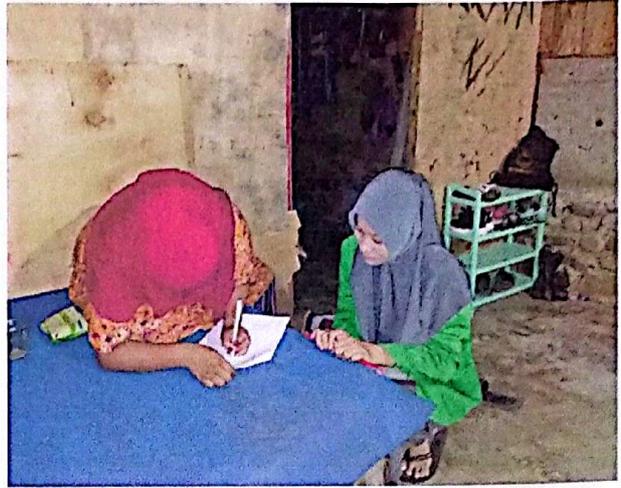
Dokumentasi Pengisian Kuesioner Masyarakat di Desa Simoro Dusun I

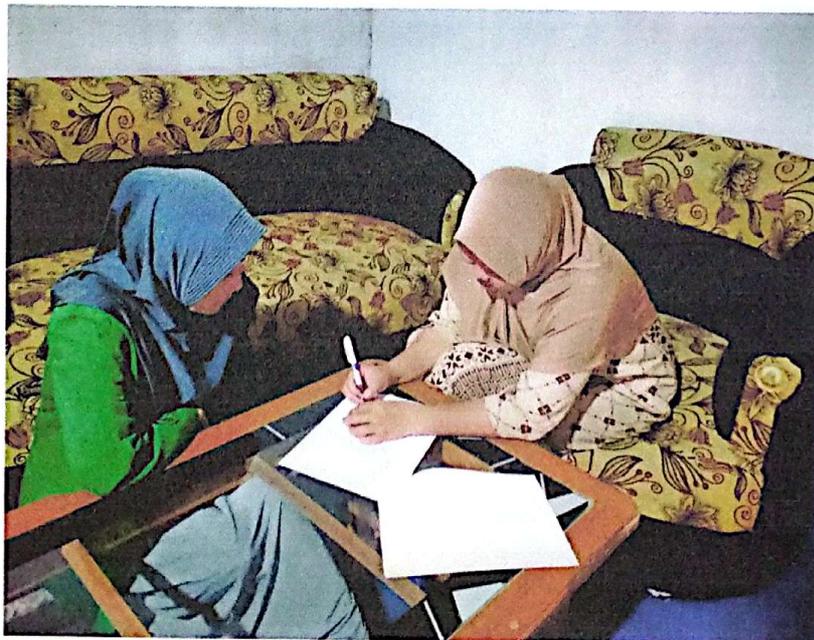
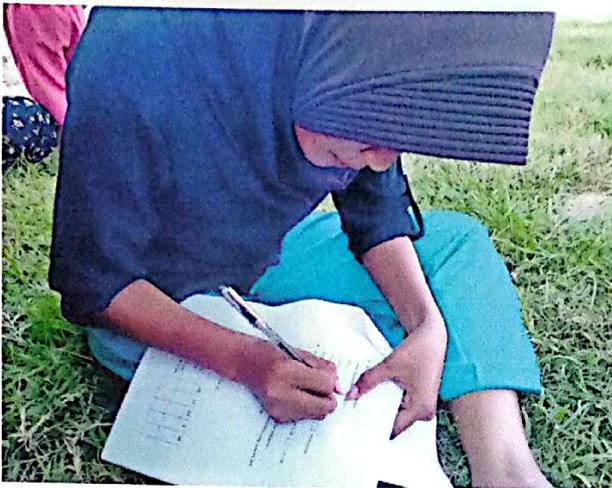
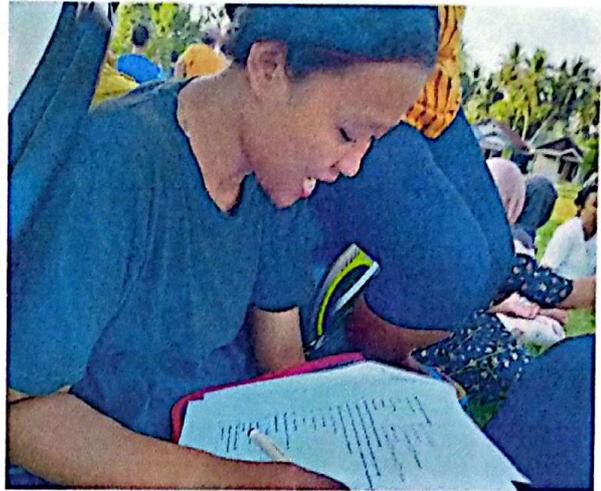
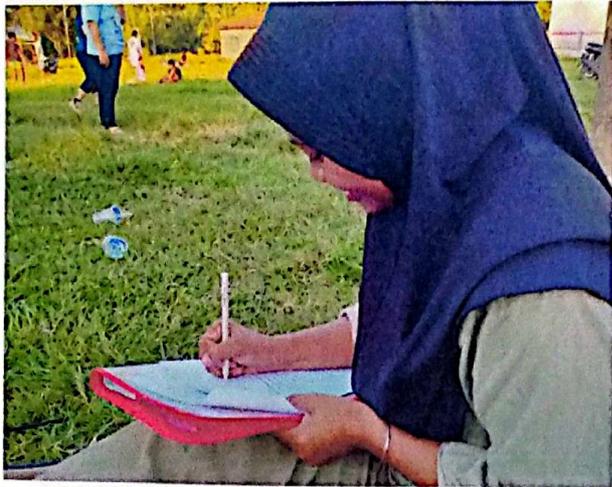




Dokumentasi Pengisian Kuesioner Masyarakat Desa Simoro Dusun II







DATA TABULASI

No. Responden	KEPERCAYAAN (X1)					TOTAL X1
	X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	2	5	4	20
3	4	5	2	5	4	20
4	4	5	3	5	4	21
5	5	3	3	3	5	19
6	5	4	4	4	5	22
7	5	4	4	4	5	22
8	5	4	2	4	5	20
9	5	4	1	4	5	19
10	4	3	1	3	4	15
11	4	3	5	3	4	19
12	4	4	2	4	4	18
13	4	5	5	5	4	23
14	5	5	2	5	5	22
15	5	4	4	4	5	22
16	5	5	5	5	5	25
17	4	4	1	4	4	17
18	4	5	5	5	4	23
19	3	4	4	4	3	18
20	3	5	5	5	3	21
21	3	3	3	3	3	15
22	3	5	5	5	3	21
23	4	5	5	5	4	23
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	4	2	2	2	4	14
27	5	5	5	5	5	25
28	5	4	4	4	5	22
29	5	5	5	5	5	25
30	4	5	5	5	4	23
31	4	3	3	3	4	17
32	4	5	5	5	4	23
33	3	3	3	3	3	15
34	3	3	5	3	3	17
35	3	3	2	3	3	14
36	2	4	4	4	2	16
37	2	1	1	1	2	7
38	2	5	5	5	2	19
39	2	5	5	5	2	19
40	5	5	5	5	5	25
41	1	2	2	2	1	8

42	1	5	5	5	1	17
43	1	3	3	3	1	11
44	1	3	3	3	1	11
45	1	4	4	4	1	14
46	2	4	5	5	1	17
47	5	5	4	4	2	20
48	2	4	1	1	2	10
49	5	5	5	5	2	22
50	4	2	5	5	3	19
51	5	5	5	5	3	23
52	5	5	4	4	3	21
53	4	5	5	5	4	23
54	3	3	3	3	4	16
55	4	5	4	4	4	21
56	2	3	5	5	3	18
57	2	5	3	3	3	16
58	5	4	5	5	3	22
59	2	2	4	4	3	15
60	5	4	4	4	4	21
61	5	5	5	5	4	24
62	4	5	2	2	4	17
63	5	4	4	4	5	22
64	5	3	5	5	5	23
65	5	4	4	4	5	22
66	3	4	5	5	4	21
67	5	4	3	3	4	19
68	3	4	4	4	4	19
69	4	4	3	3	4	18
70	3	3	5	3	3	17
71	3	4	5	3	3	18
72	2	5	4	4	2	17
73	1	5	1	1	3	11
74	4	4	4	4	2	18
75	4	5	4	4	2	19
76	5	5	5	5	4	24
77	4	3	5	2	3	17
78	3	3	5	4	3	18
79	3	1	3	3	3	13
80	4	2	5	4	5	20
81	5	2	3	2	3	15
82	4	2	5	4	5	20
83	2	5	4	4	3	18
84	2	4	2	3	3	14
85	3	3	4	5	3	18
86	4	5	5	5	2	21

87	4	4	5	5	2	20
88	5	2	4	4	2	17
89	4	2	3	3	3	15
90	5	2	4	2	3	16
91	2	4	4	4	3	17

No. Responden	KEMUDAHAN (X2)					TOTAL X2
	X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	5	5	5	5	24
3	5	5	4	4	4	22
4	4	4	5	4	4	21
5	3	4	4	5	5	21
6	5	4	5	4	5	23
7	5	4	5	4	5	23
8	5	4	4	3	5	21
9	4	3	4	4	5	20
10	2	3	2	3	4	14
11	5	3	4	4	4	20
12	5	4	3	5	4	21
13	4	4	5	5	4	22
14	5	4	5	4	5	23
15	4	4	3	4	5	20
16	4	5	4	5	5	23
17	4	3	4	4	4	19
18	5	3	4	4	4	20
19	3	3	3	2	3	14
20	4	3	5	5	3	20
21	3	4	3	4	3	17
22	5	4	5	5	3	22
23	5	4	5	5	4	23
24	5	5	5	5	4	24
25	3	3	2	2	4	14
26	5	5	5	5	4	24
27	3	4	3	4	5	19
28	4	5	4	4	5	22
29	3	3	4	3	5	18
30	3	3	3	4	4	17
31	2	3	4	3	4	16
32	1	2	2	2	4	11
33	4	2	4	4	3	17
34	4	2	4	5	3	18
35	5	2	5	5	3	20
36	4	4	4	3	2	17

82	2	5	4	5	5	21
83	5	5	4	5	4	23
84	4	5	5	2	2	18
85	3	4	4	3	2	16
86	5	4	3	3	1	16
87	4	4	3	1	1	13
88	2	5	2	4	5	18
89	2	5	2	4	3	16
90	2	5	3	3	4	17
91	4	5	5	1	3	18

No. Responden	LOKASI (X3)					TOTAL X3
	X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	
1	5	4	3	3	4	19
2	4	5	3	4	4	20
3	5	5	3	5	4	22
4	5	4	2	5	5	21
5	3	4	2	4	5	18
6	5	5	2	5	5	22
7	3	4	2	4	4	17
8	3	4	2	3	4	16
9	3	2	3	2	3	13
10	4	5	2	5	3	19
11	1	4	3	4	3	15
12	5	5	3	5	3	21
13	5	5	3	4	4	21
14	5	5	3	5	4	22
15	2	2	3	3	4	14
16	5	5	4	5	4	23
17	3	4	4	4	5	20
18	3	4	4	3	5	19
19	4	3	4	3	5	19
20	5	4	5	5	4	23
21	4	3	5	4	4	20
22	1	2	3	3	4	13
23	5	4	2	4	3	18
24	5	5	2	5	3	20
25	5	5	2	4	3	19
26	4	3	2	4	2	15
27	5	3	1	3	2	14
28	3	1	2	2	2	10
29	4	5	1	4	2	16
30	5	5	5	5	5	25
31	3	4	1	4	1	13

32	5	3	1	2	1	12
33	4	2	1	1	1	9
34	4	3	2	3	1	13
35	5	3	4	2	1	15
36	2	4	4	4	1	15
37	4	4	4	5	2	19
38	5	5	4	4	2	20
39	4	4	5	4	2	19
40	5	4	5	2	3	19
41	3	4	5	5	3	20
42	4	4	5	5	3	21
43	3	4	5	5	4	21
44	3	3	4	2	4	16
45	3	5	4	4	4	20
46	4	3	4	2	3	16
47	1	4	4	5	3	17
48	4	5	4	4	3	20
49	4	2	5	1	3	15
50	5	4	5	3	4	21
51	2	5	5	4	4	20
52	4	4	4	5	4	21
53	3	4	4	4	5	20
54	4	2	4	3	5	18
55	2	5	4	4	5	20
56	4	4	3	5	4	20
57	4	4	3	5	4	20
58	3	4	2	5	4	18
59	5	4	2	3	4	18
60	5	4	5	4	5	23
61	4	4	4	4	4	20
62	5	3	5	3	3	19
63	5	5	5	5	5	25
64	3	4	4	4	3	18
65	1	5	5	5	1	17
66	2	3	3	3	2	13
67	3	3	4	3	3	16
68	5	4	4	4	5	22
69	4	4	4	4	4	20
70	3	3	5	3	1	15
71	4	1	1	1	4	11
72	1	3	3	3	1	11
73	4	5	4	5	5	23
74	2	2	1	4	1	10
75	5	5	5	5	3	23
76	3	4	3	3	4	17

77	5	5	4	3	4	21
78	3	4	3	5	4	19
79	1	1	4	4	1	11
80	3	3	1	2	2	11
81	4	5	2	3	5	19
82	5	4	5	5	5	24
83	5	5	2	4	5	21
84	4	4	5	4	3	20
85	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	3	4	22
87	5	5	5	5	5	25
88	5	5	4	5	5	24
89	4	4	3	5	4	20
90	3	3	4	5	3	18
91	5	4	4	3	5	21

No. Responden	LINGKUNGAN SOSIAL (X4)					TOTAL X4
	X4.P1	X4.P2	X4.P3	X4.P4	X4.P5	
1	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	5	4	21
3	5	5	3	3	5	21
4	4	5	5	5	4	23
5	3	4	4	4	5	20
6	5	4	5	4	5	23
7	5	4	5	5	4	23
8	5	5	5	4	5	24
9	4	4	4	4	4	20
10	2	2	2	2	5	13
11	5	4	5	4	5	23
12	5	4	3	5	4	21
13	4	5	4	4	5	22
14	5	5	5	3	4	22
15	4	3	3	4	5	19
16	4	4	5	4	4	21
17	4	4	3	3	5	19
18	5	3	4	3	4	19
19	3	2	2	3	2	12
20	4	4	5	5	3	21
21	3	2	3	2	5	15
22	5	4	4	4	2	19
23	5	4	5	5	3	22
24	5	4	4	5	4	22
25	3	4	2	2	3	14
26	5	5	4	5	3	22

27	3	4	4	3	3	17
28	4	3	4	3	4	18
29	3	2	3	2	4	14
30	3	4	3	3	4	17
31	2	2	4	4	3	15
32	1	3	2	3	3	12
33	4	4	3	2	5	18
34	4	5	5	5	5	24
35	5	4	5	5	4	23
36	4	4	2	4	2	16
37	3	3	3	3	1	13
38	3	2	3	2	2	12
39	4	4	1	4	4	17
40	5	4	4	5	5	23
41	4	3	4	5	1	17
42	2	2	3	2	5	14
43	2	4	1	1	5	13
44	3	4	1	2	5	15
45	4	4	4	1	3	16
46	4	3	5	4	1	17
47	5	4	5	4	5	23
48	4	4	4	5	4	21
49	5	3	4	5	4	21
50	2	4	3	2	5	16
51	5	5	5	4	3	22
52	5	2	5	4	3	19
53	5	5	5	4	4	23
54	3	3	1	1	5	13
55	5	4	5	3	5	22
56	3	2	3	4	5	17
57	5	4	5	4	4	22
58	4	2	5	4	4	19
59	2	4	2	1	5	14
60	4	5	3	2	5	19
61	5	4	5	5	5	24
62	5	3	5	2	1	16
63	4	5	5	5	5	24
64	3	5	4	5	5	22
65	4	5	4	5	5	23
66	4	2	3	3	5	17
67	4	5	4	5	5	23
68	4	4	5	5	2	20
69	4	4	3	5	4	20
70	3	5	2	4	3	17
71	4	3	4	3	4	18

72	5	4	5	3	2	19
73	5	5	5	5	1	21
74	4	2	5	2	5	18
75	5	4	5	4	1	19
76	5	5	4	4	4	22
77	3	4	3	3	3	16
78	3	3	4	2	5	17
79	1	4	2	5	3	15
80	2	4	2	5	4	17
81	2	5	2	4	5	18
82	2	4	3	3	5	17
83	5	4	4	4	3	20
84	4	4	3	5	3	19
85	3	4	3	3	4	17
86	5	3	5	3	5	21
87	4	2	3	3	4	16
88	2	1	1	2	2	8
89	2	3	3	3	3	14
90	2	4	3	4	1	14
91	4	5	4	5	5	23

No. Responden	MINAT MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)					TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	4	5	4	5	23
3	5	4	5	3	4	21
4	5	4	5	5	4	23
5	3	5	3	4	5	20
6	4	5	4	5	5	23
7	4	5	4	5	5	23
8	4	5	4	5	4	22
9	4	5	4	4	4	21
10	3	4	3	2	5	17
11	3	4	3	5	4	19
12	4	4	4	3	4	19
13	5	4	5	4	5	23
14	5	5	5	5	5	25
15	4	5	4	3	5	21
16	5	5	5	5	3	23
17	4	4	4	3	5	20
18	3	4	5	4	5	21
19	2	3	4	2	2	13
20	5	3	5	5	5	23
21	4	3	3	3	5	18

22	5	3	5	4	4	21
23	4	4	5	5	2	20
24	5	4	4	4	4	21
25	3	4	4	2	5	18
26	5	4	2	4	4	19
27	4	5	5	4	5	23
28	3	5	4	4	3	19
29	3	5	5	3	5	21
30	5	4	5	3	4	21
31	4	4	3	4	5	20
32	3	4	5	2	4	18
33	4	3	3	3	5	18
34	5	3	3	5	5	21
35	4	3	3	5	4	19
36	4	2	4	2	2	14
37	3	2	1	3	2	11
38	2	2	5	3	1	13
39	4	2	5	1	1	13
40	5	5	5	4	5	24
41	4	1	2	4	3	14
42	2	1	5	3	4	15
43	1	1	3	1	3	9
44	3	1	3	1	4	12
45	2	1	4	4	1	12
46	4	1	5	5	2	17
47	5	2	4	5	5	21
48	4	2	1	4	2	13
49	4	2	5	4	5	20
50	2	3	5	3	4	17
51	5	3	5	5	5	23
52	5	3	4	5	5	22
53	5	4	5	5	4	23
54	2	4	3	1	3	13
55	4	4	4	5	4	21
56	2	3	5	3	2	15
57	5	3	3	5	2	18
58	4	3	5	5	5	22
59	1	3	4	2	2	12
60	3	4	4	3	5	19
61	4	4	5	5	5	23
62	5	4	2	5	4	20
63	4	5	4	5	5	23
64	3	5	5	4	5	22
65	4	5	4	4	5	22
66	5	4	5	3	5	22

67	5	4	3	4	5	21
68	5	4	4	5	4	22
69	3	4	3	3	5	18
70	2	3	3	2	5	15
71	5	3	3	4	5	20
72	5	2	4	5	4	20
73	3	3	1	5	3	15
74	5	2	4	5	4	20
75	5	2	4	5	2	18
76	5	4	5	4	5	23
77	3	3	2	3	3	14
78	3	3	4	4	4	18
79	5	3	3	2	5	18
80	2	4	4	2	5	17
81	1	4	2	2	5	14
82	4	4	4	3	5	20
83	5	3	4	4	5	21
84	4	3	3	3	4	17
85	5	3	5	3	5	21
86	5	2	5	5	5	22
87	4	2	5	3	4	18
88	2	2	4	1	5	14
89	3	3	3	3	4	16
90	4	3	2	3	5	17
91	4	3	4	4	4	19

KUESIONER

A. IDENTITAS RESPONDEN

- Nama Responden :
Umur :
Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
Pekerjaan :
Penghasilan : 500-1jt 1jt-1,5jt 1,5jt-2jt

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab
2. Isilah kuisisioner dengan memberi tanda (v) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Isilah sejumlah pertanyaan dibawah ini

1. Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Mobile banking</i> ini dapat diandalkan dalam setiap transaksi.					
2	Saya merasa informasi yang diberikan oleh aplikasi <i>mobile</i>					

	<i>banking</i> akurat.					
3	Saya percaya terhadap perlindungan data pribadi saya saat menggunakan <i>mobile banking</i> .					
4	Saya percaya pada kemampuan bank dalam menjaga kerahasiaan informasi saya.					
5	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> aman digunakan untuk transaksi keuangan.					

2. Kemudahan (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan dipahami.					
2	Fitur-fitur yang ada di aplikasi <i>mobile banking</i> memudahkan saya dalam bertransaksi.					
3	Saya dapat menyelesaikan transaksi dengan mudah melalui <i>mobile banking</i> .					
4	Saya memilih menggunakan <i>mobile banking</i> karena saya dapat mengaksesnya tanpa harus pergi ke bank untuk berinteraksi.					

5	Saya merasa <i>mobile banking</i> memberikan fleksibilitas dalam melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja.					
---	---	--	--	--	--	--

3. Lokasi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa biaya yang dikenakan untuk menggunakan <i>mobile banking</i> terjangkau.					
2	Saya merasa puas dengan kecepatan atau kelancaran transaksi di <i>mobile banking</i> .					
3	Lokasi bank fisik yang jauh membuat saya memilih menggunakan <i>mobile banking</i> .					
4	Lokasi geografik mempengaruhi keputusan saya menggunakan <i>mobile banking</i> .					
5	Saya merasa terbantu dengan adanya <i>mobile banking</i> karena saya tidak harus pergi ke bank atau ATM.					

4. Lingkungan Sosial (X4)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Teman saya mendorong saya untuk menggunakan <i>mobile</i>					

	<i>banking.</i>					
2	Penggunaan <i>mobile banking</i> di lingkungan sosial saya dianggap sebagai hal yang positif.					
3	Saya menggunakan <i>mobile banking</i> untuk mendukung aktivitas sosial saya.					
4	Saya mendapatkan banyak informasi tentang <i>mobile banking</i> dari sosial media.					
5	<i>Mobile banking</i> membantu saya menghemat waktu dalam melakukan transaksi.					

5. Minat menggunakan *mobile banking*(Y)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa nyaman menggunakan <i>mobile banking</i> dalam bertransaksi.					
2	Saya berminat menggunakan <i>mobile banking</i> karena referensi dari keluarga dan teman.					
3	Saya tertarik untuk mencoba fitur baru atau teknologi baru dalam aplikasi <i>mobile banking</i> .					
4	Saya akan sering menggunakan <i>mobile banking</i> di masa					

	mendatang.					
5	saya lebih suka menggunakan <i>mobile banking</i> dibandingkan cara transaksi lainnya.					



PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI

Nama : Devi Erista NIM : 205150059
TTL : Pakuli, 05 Mei 2002 Jenis Kelamin : Pemempuan
Jurusan : Perbankan Syariah Semester : VI
Alamat : Jl. Tamako HP : 0856 5699 1696

Judul :

- o Judul I
Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial terhadap Kepuasan Masyarakat Desa Simoro tidak Menggunakan Mobile Banking Dalam Bertransaksi
- o Judul II
Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat menggunakan Mobile Banking
- o Judul III
Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan promosi terhadap persepsi nasabah menggunakan Mobile Banking

Palu, 20 Juli2023
Mahasiswa,

Devi Erista

NIM . 205150059

Telah disetujui penyusunan skripsi dengan catatan :

Pembimbing I : Dr. Ubay M. Si.

Pembimbing II:
a.n. Dekan Asriana, M. Sa.
Wakil Dekan BIDANG AKADEMIK DAN
KELEMBAGAAN,

Dr. Ermawati, S.Ag., M.Ag
NIP.19770331 200312 2 002

Ketua Jurusan,

Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E.
NIP. 19860204 201403 1 002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU

جامعة داتوكاراما الإسلامية الحكومية بالو

STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460798, Fax. 0451-460165.

Website : www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 4570/Un.24/F.V/PP.00.9/10/2024
Sifat : Penting
Lampiran : -
Hal : Izin Penelitian

Palu, 19 Oktober 2024

Kepada Yth.
Kepala desa simoro kec.gumbasa kab.sigi
di -
Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat disampaikan bahwa mahasiswa (i) yang tersebut di bawah ini :

Nama : Desi Eriska
NIM : 205150054
TTL : Pakuli, 05 Mei 2002
Semester : IX (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Btn Palupi

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: ***"Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Lokasi dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Masyarakat Menggunakan Mobile Banking"***

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Desa simoro kec.gumbasa kab.sigi

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam.

Dekan,



Sagir Mohammad Amin



PEMERINTAH DESA SIMORO
KECAMATAN GUMBASA
KABUPATEN SIGI

ALAMAT : JL. POROS PALU – KULAWI Km 43 KODE POS 94364

Nomor : 420/ /Setdes
Sifat : -
Lamp : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth, **Desi Eriska**
Di-
Tempat.

Dengan Hormat,

Dengan ini kami pemerintah Desa Simoro Kecamatan Gumbasa Kabupaten Sigi telah memberikan izin kepada.

Nama : Desi Eriska
Nim : 205150054
Ttl : Pakuli, 05 Mei 2002
Semester : Ix (Sembilan)
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Alamat : Btn Palupi

Untuk melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul "*pengaruh kepercayaan, kemudahan, Lokasi dan lingkungan social terhadap minat Masyarakat menggunakan mobile banking*"

Demikian surat izin ini kami buat untuk di pergunakan sebagaimana perlunya

Simoro, 24 Oktober 2024

Kepala Desa Simoro



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama : Desi Eriska
Tempat, Tanggal Lahir : Pakuli, 05 Mei 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
NIM : 205.15.0054
Agama : Islam
Status : Belum Menikah/Pelajar
Alamat Sekarang : Palupi
No. HP : 085656991696
Email : desieriska24@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

1. SDN Simoro berijazah 2014
2. Mts Al – Khairaat Pakuli berijazah 2017
3. MA Al – Khairaat Pakuli berijazah 2020
4. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu Angkatan 2020

C. Pengalaman Organisasi

1. Pramuka dan OSIS MA Al – Khairaat Pakuli