

**ANALISIS MINAT GENERASI X DALAM MENGGUNAKAN APLIKASI  
BRIMO PADA UNIT BRI MANONDA**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi  
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*

Oleh:

**RAHMASARI**  
**NIM 20.5.15.0083**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) DATOKARAMA PALU  
2023**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Minat Generasi X Dalam Menggunakan Aplikasi BRImo Pada Unit BRI Manonda", benar adalah karya penyusun sendiri. Jika di kemudian 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, 21 Desember 2023 M**  
8 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis,



**Rahmasari**  
NIM. 205150083

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi yang berjudul "**Analisis Minat Generasi X dalam Menggunakan Aplikasi Brimo Pada BRI Unit Manonda Palu**" oleh mahasiswa atas nama Rahma sari NIM : 205150083, mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Datokarama Palu, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi yang bersangkutan, maka masing-masing pembimbing memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat diajukan untuk diujiankan

Palu, 01 Juli 2024

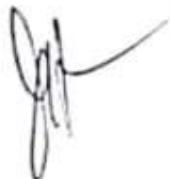
Menyetujui :

Pembimbing I



Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E  
Nip. 198602042014031002

Pembimbing II

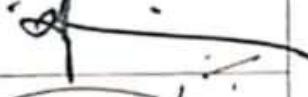
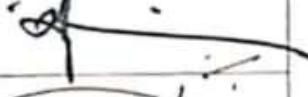


Nurfauziah Mansur, S.Pd., M.Pd  
Nip. 198704222020122002

### **PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi saudara (i) Rahma sari, NIM. 20.5.15.0083 dengan judul "Analisis Minat Generasi X dalam Menggunakan Aplikasi Brimo Pada BRI Unit Manonda Palu" yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 16 Juli 2024 M yang bertepatan dengan tanggal 10 Muharram 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. Malkan, M.Ag.	
Munaqisy I	Dr. Ubay, S.Ag., M.S.I	
Munaqisy II	Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si.	
Pembimbing I	Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I.,M.E.I	
Pembimbing II	Nurfauziah Mansur S.Pd.,M.Pd	

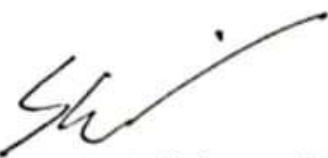
Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua

Jurusan Perbankan Syariah

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

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

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

Penulis menyadari tidak mungkin terwujud tanpa dorongan, bantuan, dukungan, dari berbagai pihak. Penulis berkeyakinan “bahwa tidak ada yang dapat menolong tanpa izin dan kehendak Allah Swt”, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini guna untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu.

Melalui kesempatan ini pula penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan bantuan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi khususnya kepada:

1. Patutnya penulis mengucapkan rasa terima kasih yang ikhlas secara khusus dan penuh hormat kepada orang tua penulis yaitu Ayah Ahmad dan Ibu Hesti yang tersayang, begitu banyak pengaruh, mendoakan, memberikan motivasi, semangat dan mendidik penulis dari jenjang pendidikan dasar sampai perguruan tinggi. Semoga Allah Swt membalas segala kebaikan dan ketulusan serta melimpahkan berkat dan rahmatnya. Aamiin.

2. Prof. Dr. H Lukman S. Tahir, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, beserta segenap unsur pimpinan UIN Datokarama Palu, Dr. Hamka, S.Ag., M.Ag selaku wakil Rektor 1 dalam bidang Akademik dan pengembangan, Prof Dr. Hamlan, M.Ag selaku wakil Rektor 2 di bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan dan Dr. H. Faisal Attamimi, S.Ag., M.Fi.I selaku wakil Rektor 3 dalam bidang Kemahasiswaan dan Kerja Sama 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, Bapak Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I.,M.E., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokrama Palu, Ibu Dr. Sitti Aisyah, S.E.I., M.E.I, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Malkan, M.Ag. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama dan Ibu 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 Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah yang telah banyak mengarahkan penulis dalam proses perkuliahan.
5. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku dosen Dosen Penasehat Akademik, yang selalu ikhlas meluangkan waktunya untuk membantu dan mengarahkan dalam penulisan dalam proses perkuliahan

6. Dr. Syaakir Sofyan, S.E.I., M.E selaku Pembimbing I dan Nurfauziah Mansur, S.pd., M.pd . selaku Pembimbing II yang dengan ikhlas telah membimbing penulis dalam menulis skripsi ini hingga selesai sesuai harapan.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokrama Palu yang telah setia, tulus, ikhlas, mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan serta nasihat kepada penulis selama kuliah.
8. Seluruh Staf Akademik dan Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang baik kepada penulis selama kuliah.
9. Kepada Teman-teman, sahabat seperjuangan Darmila, Rosdiana Dj, Samira Salin, Aviva, dan Nindia yang selalu memberikan semangat kepada penulis hingga selesainya penelitian ini dan sama-sama menyelesaikan Pendidikan Sarjana Ekonomi.
10. Terimakasih banyak kepada BRI Unit Manonda Palu yang telah mengizinkan penulis dalam melakukan penelitian.
11. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Patu, 1 Juni 2024 M  
11 Dzulqaiddah 1445 H  
Penulis



Rahmasari

Nim: 20.5.15.0083

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	7
D. Garis-Garis Besar Isi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	10
A. Penelitian Terdahulu .....	10
B. Kajian Teori .....	12
1. <i>Theory of Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	12
2. Perceived Usefulness (Persepsi manfaat) .....	13
3. <i>Perceived Easy of Use</i> (Persepsi kemudahan).....	15
4. <i>Perceived Risk</i> .....	18
5. <i>Trust</i> (kepercayaan) .....	20
6. Minat.....	25
7. Generasi X .....	26
C. Kerangka pemikiran .....	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Jenis Penelitian.....	29

B.	Lokasi Penelitian.....	29
C.	Populasi dan Sampel .....	30
D.	Variabel Penelitian.....	31
E.	Instrumen Penelitian.....	32
F.	Definisi Oprasional .....	34
G.	Teknik Pengumpulan Data.....	36
H.	Teknik Analisis Data.....	37
	<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
A.	Gambaran Umum.....	45
B.	Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
C.	Teknik Analisis Data Penelitian.....	60
D.	Pembahasan Hasil Penelitian .....	74
1.	Pengaruh <i>perceived Usefulness</i> terhadap minat menggunakan BRImo pada BRI unit manonda palu .....	74
2.	Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan M-Banking.....	75
3.	Pengaruh <i>perceived easy of use</i> terhadap minat menggunakan brimo pada unit BRI manonda palu .....	76
4.	Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Keputusan (Y) melalui Kepercayaan (Z).....	78
5.	Pengaruh <i>Perceived Risk</i> terhadap minat menggunakan brimo pada unit BRI manonda palu .....	79
6.	Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan M-Banking.	81
7.	Pengaruh <i>Trust</i> terhadap minat menggunakan aplikasi brimo pada BRI unit manonda palu.....	82
	<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>84</b>
A.	Kesimpulan .....	84
B.	Saran.....	85
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
	<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3.1 Skala Likert .....	33
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban Variabel .....	34
Tabel 4.1 Deskripsi Kusioner .....	57
Tabel 4.2 Klasifikasi TCR.....	58
Tabel 4.3 Hasil Variabel <i>Perceived Usefulness</i> .....	58
Tabel 4.4 Hasil Variabel <i>Perceived Easy of Use</i> .....	59
Tabel 4.5 Hasil Variabel <i>Perceived Risk</i> .....	59
Tabel 4.6 Hasil Variabel <i>Trust</i> .....	60
Tabel 4.7 Hasil Variabel Minat Menggunakan.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Usefulness</i> .....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Easy of Use</i> .....	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Vliditas <i>Perceived Risk</i> .....	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Trust</i> .....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas .....	65
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Heterokedasitas.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji Pengaruh Bersama-sama(Uji F) .....	73
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji T).....	74
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	75

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikir..... 27

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN .....	91
LAMPIRAN II SURAT IZIN PENELITIAN.....	93
LAMPIRAN III DATA TABULASI.....	94
LAMPIRAN IV OUTPUT SPSS .....	101
LAMPIRAN V DOKUMENTASI.....	108

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived ease of Use*, *Perceived Risk* dan *Trust* terhadap minat minat menggunakan BRImo pada unit BRI Manonda Palu. Populasi sampel adalah nasabah generasi X bank BRI unit Manonda Palu. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Kriteria responden dalam dalam penelitian ini usia responden minimal berusia 40 tahun ke atas nasabah bank BRI unit Manonda Palu. Jumlah sampel sebanyak 90 responden penelitian ini menggunakan pengujian validitas dan reabilitas dengan program SPSS 26 for windows (*Statistical product and services solutions*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *perceived usefulness* dan *perceived risk* berpengaruh signifikan dan simultan terhadap minat menggunakan aplikasi brimo pada BRI unit Manonda Palu. Sedangkan *perceived ease of use* dan *Trust* tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi brimo pada BRI unit Manonda Palu.

*Perceived usefulness* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu. *Perceived ease of use* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu. *Perceived risk* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu Trust secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat *Perceived usefulness* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu.

*Perceived ease of use* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu. *perceived risk* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu. Trust secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat.

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. *Latar Belakang Masalah***

Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor, terutama industri perbankan. Digitalisasi layanan perbankan melalui aplikasi *mobile banking* menjadi tren yang tidak bisa dihindari demi memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin dinamis dan menuntut kemudahan dalam bertransaksi.<sup>1</sup> PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk , sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia, menyadari pentingnya inovasi teknologi dengan meluncurkan aplikasi *mobile banking* terbarunya, BRIMo, untuk meningkatkan kepuasan dan minat penggunaan pada nasabah, khususnya generasi X yang mulai beradaptasi dengan teknologi digital.<sup>2</sup>

Indonesia sebagai negara yang tidak pernah tertinggal dalam perkembangan teknologi informasi tersebut sadar bahwa kemajuan dalam teknologi informasi, khususnya di bidang perbankan ini memiliki pengaruh penting bagi kemajuan dan perkembangan masyarakat Indonesia jika dikelola dengan baik.<sup>3</sup> Menurut Otoritas Jasa Keuangan, *mobile banking* adalah aplikasi yang diluncurkan oleh sektor perbankan untuk memberikan inovasi pelayanan terhadap nasabahnya untuk melakukan berbagai transaksi perbankan. Aplikasi tersebut diinstal di *smartphone*

---

<sup>1</sup> B. Al-Somali, S. A., Gholami, R., & Clegg, “An Investigation into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia.,” *Technovation* 29, no. 2 (2009): 130–141.

<sup>2</sup> Yenni Nuraeni. Dhea Nadhifah Arum, “Analisis Efektivitas Iklan Online E-SBN BRIMo Terhadap Minat Generasi Milenial Dengan Metode EPIC Model” 3 (2023): 1.

<sup>3</sup> Mentari Wilis Wijayanti dkk, “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention to Used BRI Digital Bangking Pada Agen Brilink Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang” 13 (2019): 1.

dan nasabah bisa melakukan transaksi melalui fitur atau menu dalam aplikasi tersebut. Inovasi ini lebih maju dari inovasi sebelumnya dimana layanan tersebut masih berupa SMS *Banking* yang sedikit merepotkan nasabah dalam menghafal format SMS dan nomor tujuan untuk melakukan transaksi perbankan.

Adapun layanan perbankan yang ditawarkan oleh *Mobile Banking* tersebut adalah pengecekan mutasi dan saldo rekening, informasi transaksi dan tagihan kartu kredit, transfer dana ke sesama bank dan bank Lain, pembayaran tagihan seperti listrik, telpon, angsuran serta pembelian online seperti tiket pesawat, pulsa, hotel dan fitur lainnya. Aplikasi terbaru dari layanan Perbankan yang dikeluarkan oleh Bank BRI adalah BRImo. Aplikasi ini memiliki basis data melalui internet yang dapat memudahkan nasabahnya untuk bertransaksi secara online.<sup>4</sup> Persaingan layanan digital semakin ketat. Digitalisasi tidak hanya memfasilitasi kebutuhan nasabah dengan mesin, tetapi juga dengan menuntut nasabah untuk bertransaksi dengan cepat, *frictionless*, dan memberikan kepuasan (*customer experience*).

Bank BRI merupakan salah satu bank yang telah menyuguhkan layanan digital bagi nasabahnya. Manajemen BRI menyadari, jika tidak aktif berinovasi maka mereka akan tergeser oleh bank yang lebih maju perkembangan teknologinya mengingat pola kebutuhan masyarakat saat ini juga berubah. Bank BRI sendiri telah mengeluarkan dua aplikasi *mobile banking*, yaitu BRI *mobile banking* dan BRImo. Brimo adalah aplikasi terbaru yang masih dalam tahap pengembangan dimana *feedback* dari aplikasi BRI *Mobile Banking* sangat dibutuhkan untuk membantu

---

<sup>4</sup> Zul Azmi Gia Ardila, “Upaya Meningkatkan Pemahaman Nasabah Terhadap Penggunaan BRI Mobile PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Kantor Kas Chevron Rumbai Pekanbaru” 2, no. 1 (2023): 21.

pengembangan aplikasi BRImo. Bank BRI sendiri membuat aplikasi untuk membantu memudahkan para nasabah dalam transaksi dan mendapatkan nasabah baru. Secara fungsi, aplikasi BRImo memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai aktivitas perbankan diantaranya yaitu, mengecek saldo, mengirim dan menerima uang serta membayar tagihan dan melakukan belanja online. Nasabah juga dapat mendapatkan informasi mengenai lima transaksi terakhir.<sup>5</sup>

Menurut Davis melalui *Technology Acceptance Model* (TAM), ada dua faktor utama yang mempengaruhi penerimaan teknologi yakni *perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived ease of use* (persepsi kemudahan). Faktor ini sangat relevan dalam konteks *mobile banking*, di mana nasabah perlu merasa bahwa aplikasi tersebut tidak hanya bermanfaat tetapi juga mudah digunakan agar meningkatkan niat dan minat penggunaan.<sup>6</sup>

Persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) menjadi faktor berikutnya yang memiliki peran dalam membentuk dan mempengaruhi kepercayaan pengguna terhadap sistem atau teknologi yang digunakan. Suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya tetapi untuk memberikan kemudahan. Seseorang yang tidak menggunakan sistem bekerja secara manual, sedangkan seseorang yang menggunakan sistem bekerja dengan lebih mudah. Pihak bank memberikan kemudahan pemahaman dan penggunaan dalam menggunakan *mobile banking*, hal ini diwujudkan dalam tata cara betransaksi menggunakan *m-*

---

<sup>5</sup> Alfi Nur Rusydi Nadiatul Khaira, Hanifah Muslimah Az-Zahra, “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode UX Curve (Studi Kasus : BRI Mobile Banking)” (2022): 104.

<sup>6</sup> Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, “Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies,” *Jurnal Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204.

*banking* yang dapat dipelajari dengan mudah oleh nasabah. *perceived ease of use* berpengaruh positif dan signifikan terhadap trust.<sup>7</sup>

Davis et al. mendefinisikan persepsi atas kemanfaatan (*perceived usefulness*) sebagai “suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja”.<sup>8</sup> Dengan demikian maka dapat diambil kesimpulan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Davis et al. mendefinisikan faktor kemudahan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan sistem informasi adalah mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya untuk dapat melakukannya. Berdasarkan definisinya maka dapat diketahui bahwa konstruk persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) ini juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan.

Selain itu, persepsi risiko juga berperan penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*. Tingginya risiko keamanan dan ketidakpastian transaksi dapat menimbulkan keraguan bagi pengguna, sehingga kepercayaan (*trust*) menjadi variabel kunci yang menentukan keberhasilan adopsi teknologi perbankan digital. Penelitian oleh Farizi dan Syaefullah menegaskan bahwa kepercayaan dapat memperkuat minat dan niat

---

<sup>7</sup> Nia Rahayu Febby Nanda Utami , Yossinomita, “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile,” *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2022).

<sup>8</sup> F. D Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.,” *Management Information Systems Research Center* 13, no. 3 (1989): 319–340.

nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* walau terdapat kekhawatiran terhadap risiko yang mungkin terjadi.<sup>9</sup>

Penelitian ini mereplikasi dari Irwan Tirtana dan Shinta Permata Sari hasil penelitiannya terdapat pengaruh antara persepsi kebermanfaatan, persepsi kemudahan dan kepercayaan terhadap penggunaan *mobile banking* apabila tinggi pengaruhnya maka akan meningkatkan tingkat penggunaan *mobile banking*. Adapun perbedanaanya yaitu waktu dan tempat penelitian yang dilakukan.<sup>10</sup>

Keinginan atau dorongan yang individu miliki terkait keadaan khusus yang mereka alami dan berfungsi sebagai motivasi untuk memahami serta belajar lebih dalam adalah pengertian dari minat. Sifat dari minat sendiri yaitu individual atau milik sendiri. Artinya, masing-masing seseorang mempunyai keinginan atau minat yang mungkin mempunyai perbedaan dari orang lain.<sup>11</sup> Minat juga dapat berubah sesuai dengan kebutuhan manusia, kemampuan manusia, dan sesuatu yang sedang populer di masyarakat umum. Artinya, suatu objek yang sebelumnya tidak diminati oleh masyarakat, dapat berubah menjadi suatu objek yang diminati masyarakat karena adanya dorongan-dorongan tertentu atau wawasan baru dan pola pikir masyarakat yang baru.<sup>12</sup>

---

<sup>9</sup> Akt. Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking”.,,” *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*. (2013).

<sup>10</sup> Shinta Permata Sari. Irwan Tirtana, ““Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking,”” *Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS* (2014).

<sup>11</sup> Mukhamad Zulianto Edwina Nisrina Salsabila, Hetty Mustika Ani, “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Brimo (BRI Mobile) (Pada Pedagang Sembako Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember)” (2023): 207.

<sup>12</sup> Ibid., 208

Generasi X, yang lahir antara tahun 1965-1980, berada pada posisi unik karena mereka merupakan jembatan antara generasi terdahulu dan generasi digital milenial. Mereka cenderung mandiri, berorientasi pada karier, tetapi juga perlu adaptasi terhadap teknologi yang berkembang pesat.<sup>13</sup> Oleh karena itu, penting bagi bank untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat generasi X dalam menggunakan aplikasi BRIMo agar layanan dapat lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, perceived risk, dan trust secara parsial dan simultan terhadap minat penggunaan aplikasi BRIMo pada nasabah generasi X di Unit BRI Manonda Palu. Melalui penelitian ini diharapkan pengembangan layanan *mobile banking* dapat dipertajam dengan meningkatkan aspek yang secara signifikan mempengaruhi minat penggunaan, serta memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan teknologi perbankan digital di Indonesia.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga manfaat praktis bagi pengembangan layanan perbankan digital yang inklusif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah generasi X. Berdasarkan hal tersebut penulis tertarik mengangkat judul yaitu “Analisis Minat Generasi X Dalam Menggunakan Aplikasi BRIMO Pada Unit Manonda Palu”

---

<sup>13</sup> E. C. Urick, M. J., & Hollensbe, “What Managers Need to about Generation X and Generation Y,” *The Health Care Manager* 28, no. 4 (2009): 267–275.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat generasi X menggunakan BRIMO?
2. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat generasi X mengunnakan BRIMO?
3. Apakah *perceived risk* berpengaruh terhadap minat generasi X menggunakan BRIMO?
4. Apakah *trust* berpengaruh terhadap minat generasi X dalam menggunakan aplikasi BRIMO?
5. Apakah *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk, dan trust* berpengaruh terhadap minat generasi X menggunakan BRIMO?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Pada hakikatnya, setiap penelitian memepunyai tujuan yang didasarkan rumusan masalah. Adapaun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui *perceived ease of use* terhadap pengaruh minat generasi X dalam penggunaan BRIMO.
- b. Untuk mengetahui *perceived usefulness* terhadap pengaruh minat generasi X dalam penggunaan BRIMO.
- c. Unutk mengetahui *perceived risk* terhadap pengaruh minat generasi X dalam penggunaan BRIMO.

- d. Untuk mengetahui *Trust* terhadap pengaruh minat generasi X dalam penggunaan BRIMO.
- e. Untuk mengetahui *perceived ease of use, perceived usefulness, perceived risk*, dan *trust* terhadap pengaruh minat generasi X dalam menggunakan BRIMO.

## **2. Kegunaan penelitian**

Hal yang penting dalam suatu penelitian adalah kemanfaatan yang dapat dirasakan atau diterapkan setelah terungkapnya hasil penelitian. Manfaat yang dapat diambil dari penelitian adalah:

- a. Secara Teoritis, Diharapkan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baik bagi penulis maupun Masyarakat luas tentang Minat generasi X dalam menggunakan aplikasi BRImo
- b. Bagi Akademik UIN Datokarama Palu, Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa untuk penelitian selanjutnya
- c. Bagi Peneliti, Penelitian ini dapat mengetahui dalam peningkatan sistem layanan di perbankan yang lebih efisien khususnya dikalangan Generasi X dikota Palu
- d. Bagi Bankers, Diharapkan menjadi salah satu aspek inovasi teknologi *mobile banking* dalam layanan perbankan dan dapat menjadi indikasi lain untuk memanfaatkan kondisi tertentu sebagai pemicu tumbuhnya transaksi digital yang menguntungkan nasabah maupun bank itu sendiri. Dan untuk menjaga produktivitas layanan perbankan juga di masa depan
- e. Secara praktis, Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi peneliti, Bankers, maupun bagi akademik UIN Datokarama Palu.

#### **D. Garis-Garis Besar Isi**

Untuk memudahkan pemahaman bagi pembaca, maka penelitian ini disusun dalam tiap-tiap bab agar memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan. Beberapa bab yang secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I, adalah bab pendahuluan yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, penegasan istilah serta garis-garis besar isi.

Bab II, adalah bab kajian pustaka yang mana pada bab ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pemikiran.

Bab III, adalah metode penelitian menguraikan dan menjelaskan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, Teknik pengumpulan data, analisis data dan pengecekan keabsahan data.

Bab IV, adalah bab hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan fokus penelitian, yang meliputi gambaran umum lokasi penelitian, deskripsi kusioner, deskripsi variabel penelitian, uji instrumen penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan hasil analisis data.

Bab V adalah bab penutup yang meliputi kesimpulan dan saran-saran sebagai bentuk akhir dari isi pembahasan.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang telah dilakukan para peneliti sebelumnya dan telah diuji berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Penelitian tersebut dapat dijadikan referensi sebagai perbandingan antara penelitian yang sekarang dengan sebelumnya sebagai berikut:

Tabel 2. 1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama/judul	Hasil penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
1	Nur Andayani, Basri Modding, Amir Mahmud <sup>1</sup> “Pengaruh Persepsi, Layanan dan Keamanan Sitem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking”	<i>Persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah untuk melakukan transaksi ulang pada aplikasi mobile banking pada BRI Kanca Tamalanrea, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik persepsi yang dimiliki nasabah, maka semakin tinggi pula minat nasabah untuk melakukan transaksi ulang pada aplikasi mobile banking pada BRI Kanca Tamalanrea,</i>	1. Minat 2. Deskriptif kuantitatif	1. Variabel 2. Respondennya nasabah umum
2	Kresna,I.,I. Gede	Di tahun 2021 terdapat berita hilangnya uang	1. Minat 2. Deskriptif kuantitatif	1. Variabel 2. Respondennya

---

<sup>1</sup> Amir Mahmud Nur Andayani, Basri Modding, “Pengaruh Persepsi, Layanan Dan Keamanan Sistem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking” 7, no. 2 (2020).

No	Nama/judul	Hasil penelitian Terdahulu	Persamaan	Perbedaan
	Sarjana <sup>2</sup> “Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon”	nasabah secara tiba-tiba di <i>mobile banking</i> BRIMo oleh oknum tidak bertanggung jawab. Pada tahun 2022 layanan digital <i>mobile banking</i> BRIMo juga masih sering mengalami gangguan (error), dan 4 yang terbaru adalah maraknya kasus penipuan peningkatan biaya transaksi mbanking BRIMo dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab yang di share melalui platform whatsapp.		
3	Rahmansyah, Syobri Tri <sup>3</sup> “Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking”	Bahwa Niat Perilaku Menggunakan <i>Mobile Banking</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap Effort Expectancy (EE). Hal ini dikarenakan mayoritas penggunanya berada pada rentang usia produktif yaitu antara usia 17 hingga 25 tahun, dimana mereka memiliki kemampuan pemahaman yang tinggi dan mudah dipelajari sehingga lebih mudah untuk digunakan.	1. Minat 2. Deskriptif kuantitatif	1. Variabel 2. Respondenn ya

<sup>2</sup> I. Gede Sarjana Kresna,l., “Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon,” *Diss. Politeknik Negeri Bali* (2023).

<sup>3</sup> Rahmansyah , Syobri Tri, “Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking.” (2023).

## B. Kajian Teori

### 1. Theory of Technology Acceptance Model (TAM)

*Technology Acceptance Model* merupakan adopsi dari *Theory of Reasoned Action*. TAM memiliki dua aspek utama, yaitu *Perceived usefulness* (persepsi manfaat) dan *perceived easy of use* (persepsi kemudahan). TAM berpendapat bahwa penerimaan individu terhadap sistem teknologi informasi oleh 2 aspek tersebut.<sup>4</sup> *Attitude Toward Using* dalam TAM diartikan sebagai tanggapan pengoperasian sistem, seseorang dapat merespons dengan menerima atau menolaknya sebagai hasil dari dampak penggunaan suatu teknologi dalam pekerjaannya. *Behavioral Intention to Use* adalah keinginan yang kuat untuk terus menggunakan suatu teknologi secara berkelanjutan.<sup>5</sup>

*Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan sebuah model untuk memberikan gambaran tentang bagaimana pengguna teknologi akan menerima dan memanfaatkan teknologi yang berkaitan dengan kegiatan pengguna. TAM merujuk dari teori psikologis untuk menjelaskan respon pengguna teknologi yang berlandaskan pada manfaat, kemudahan, intensi, niat, dan hubungan perilaku pengguna. Teori ini menentukan pola perilaku individu sebagai efek dari tujuan perilaku.<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Andre Mayjeksen and Desi Pibriani, “Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Pengguna Aplikasi Belanja Online XYZ,” *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi* 7 (2020): 80–92.

<sup>5</sup> Muhammad Iqbal Arya Putra and Ratna Candra Sari, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi,” *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi* 8, no. 8 (2020): 1–2.

<sup>6</sup> and Farika Nikmah Erlangga Andi Sukma, Musthofa Hadi, “Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users,” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2019): 12–21.

## 2. Perceived Usefulness (Persepsi manfaat)

Persepsi manfaat merupakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja dan efektivitas dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya. Suatu sistem teknologi dapat memberikan suatu persepsi manfaatnya apabila berhasil memudahkan proses transaksi, mengoptimalkan proses pembayaran, memberikan kelebihan tambahan saat menuntaskan transaksi, menjamin kepercayaan saat proses transaksi pembayaran, serta menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembayaran. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi manfaat merupakan pandangan seseorang terhadap manfaat yang telah diberikan suatu objek atau suatu produk atas penggunaannya sehingga dapat meningkatkan efisiensi dalam penggunaannya.<sup>7</sup> Manfaat yaitu tingkat dimana seseorang berfikir bahwa menggunakan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Manfaat yang diyakini individu dapat diperoleh apabila menggunakan teknologi informasi. Persepsi terhadap manfaat adalah yang diyakini individu dapat diperolehnya apabila menggunakan teknologi informasi.<sup>8</sup> Salah satu perintah Rasulullah saw kepada umatnya. Sabda beliau:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi orang lain.”

(Hadits Riwayat ath-Thabrani, Al-Mu’jam al-Ausath, juz VII, hal. 58, dari Jabir bin Abdullah r.a.. Dishahihkan Muhammad Nashiruddin al-Albani dalam kitab: As-Silsilah Ash-Shahîhah).

---

<sup>7</sup> and Agus Edy Rangkuti Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavianthy, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo,” *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan* (2021): 635–45.

<sup>8</sup> Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis, “Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.”

Menjadi pribadi yang bermanfaat adalah salah satu karakter yang harus dimiliki oleh seorang Muslim. Seorang Muslim lebih diperintahkan untuk memberikan manfaat bagi orang lain, bukan hanya mencari manfaat dari orang atau memanfaatkan orang lain. Ini adalah bagian dari implementasi konsep Islam yang penuh cinta, yaitu memberi. Indikator *perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat) Menurut Davis dan Venkatesh terdapat indikator persepsi manfaat, yakni:

- 1) Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja (*improves job performance*).  
Sebuah teknologi dikatakan dapat meningkatkan kinerja apabila hasil kerja menggunakan teknologi lebih baik dibandingkan dengan hasil kerja tanpa menggunakan teknologi.
- 2) Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas (*increases productivity*). Sebuah teknologi dikatakan dapat meningkatkan produktivitas apabila setelah menggunakan teknologi, output yang dihasilkan menjadi lebih besar dibandingkan dengan input dengan input yang digunakan.
- 3) Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja (*enhances effectiveness*). Sebuah teknologi dikatakan efektif apabila tujuan atau hasil yang diinginkan tercapai setelah menggunakan teknologi tersebut. Semakin banyak tujuan atau hasil yang tercapai, maka teknologi tersebut semakin efektif.
- 4) Penggunaan sistem bermanfaat atau berguna (*the system is useful*). Sebuah teknologi dikatakan bermanfaat apabila penggunaan teknologi tersebut dapat memberikan keuntungan kepada penggunanya.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Ibid.

### **3. *Perceived Easy of Use* (Persepsi kemudahan)**

Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang berlebihan. Dengan definisi tersebut, dapat ditegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang terkait tahapan pengambilan keputusan. Ketika seseorang merasa yakin dengan sistem teknologi yang dimiliki bank mudah dioperasikan maka seseorang akan menggunakan sistem tersebut. Begitu pun sebaliknya jika seseorang merasa penggunaan teknologi susah dioperasikan maka seseorang tersebut tidak akan menggunakan teknologi itu.<sup>10</sup>

Kemudahan Penggunaan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang inginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan

Kita manusia seringkali mengeluh manakala mendapatkan kesulitan hidup. Kadangkala kita bahkan beranggapan bahwa hidup hanya diisi oleh berbagai kesukaran, tanpa kemudahan sama sekali. Akibatnya, kita sulit bersyukur dan menghargai nikmat hidup. Padahal Allah SWT telah menjanjikan bahwa selalu ada kemudahan pada setiap kesulitan. Firman Allah SWT:

---

<sup>10</sup> and Paul R. Warshaw Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, "User Acceptance of Information Technology: A Comparison of Two Theoretical Models," *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٥) إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا (٦)

Terjemahannya:

*“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan.”<sup>11</sup>*

Menurut Quraish Shihab, dua ayat ini merupakan penegasan Allah SWT kepada Nabi Muhammad bahwa selalu ada kemudahan pada setiap kesulitan. Dia seakan berfirman, “Jika engkau telah mengetahui dan menyadari betapa besar anugerah Allah itu (ayat 1-4), maka dengan demikian jelaslah bagimu—wahai Nabi agung—bahwa sesungguhnya bersama atau sesaat sesudah kesulitan ada kemudahan yang besar, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan yang besar.”

Persepsi kemudahan adalah suatu indikator seorang pengguna sistem elektronik meyakini bahwa komputer mampu dipahami dan digunakan dengan praktis yang artinya kepercayaan seseorang diukur dari teknologi tertentu bahwa teknologi tersebut akan mudah dipahami dan digunakan sesuai dengan tujuannya. Oleh karena itu, jika seseorang meyakini bahwa teknologi tersebut mudah digunakan maka akan mempengaruhi minatnya dalam menggunakan teknologi tersebut, begitupun sebaliknya.<sup>12</sup>

**Indikator Perceived Easy of Use (Persepsi Kemudahan)** Menurut Davis indikator kemudahan yaitu:

<sup>11</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Surah QS. Asy-Syarh [94]: 5-6” Diakses Dari [Https://Quran.Kemenag.Go.Id.](https://Quran.Kemenag.Go.Id.).

<sup>12</sup> Alif Ainul Khatimah Sulmi and others, “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar),” *Journal IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 59–73.

- 1) Jelas dan dapat dimengerti (*clear and understandable*) maksudnya suatu sistem teknologi jelas dapat dimengerti penggunaannya.
- 2) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (*easy to become skilfull*) maksudnya sistem aplikasi teknologi membuat penggunanya terampil dalam penggunaannya.
- 3) Mudah dan hemat biaya (*mental effort*) maksudnya pengguna tidak membutuhkan banyak biaya dalam menggunakan sistem teknologi.
- 4) Mudah digunakan/dioperasikan (*easy to use*) sistem teknologi mudah untuk dioperasikan saat menggunakan.
- 5) Mudah dipelajari/dipahami (*easy to learn*) penggunaan suatu teknologi mudah dipelajari.<sup>13</sup>

Kemudahan Penggunaan merupakan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan teknologi informasi merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha yang keras bagi penggunanya. Ada beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain yaitu teknologi informasi sangat mudah dipelajari, teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang inginkan penggunanya, keterampilan pengguna akan bertambah ketika menggunakan teknologi informasi, dan teknologi informasi sangat mudah dioperasikan

---

<sup>13</sup> Fred D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–339.

#### **4. *Perceived Risk***

Persepsi Risiko merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi dalam menggunakan *mobile banking*. Dia sangat terkait dengan layanan *mobile banking* karena sifat dan penggunaan ponsel dan koneksi internet, misalnya, jenis browser internet tertentu dan yang aman koneksi internet lebih disukai oleh sebagian besar pelanggan yang menghindari risiko. Disamping kemungkinan hilangnya ponsel juga dapat membuat masyarakat enggan untuk menggunakan *mobile banking*.<sup>14</sup>

Dalam konteks transaksi *mobile banking*, persepsi resiko didefinisikan sebagai pengguna fasilitas *mobile banking*. Keandalan 15 teknologi yang cukup akan meningkatkan persepsi terhadap risiko nasabah.<sup>15</sup>

Persepsi resiko atau *Perceived risk* dapat diartikan sebagai resiko secara umum yang diterima oleh seseorang pada saat menggunakan suatu sistem. persepsi resiko juga merupakan subjektivitas atas kerugian. Persepsi resiko dapat juga diartikan sebagai persepsi atau pandangan subjektif seseorang akan ketidakpastian dan konsekuensi negatif dalam melakukan suatu kegiatan.<sup>16</sup>

---

<sup>14</sup> M. F. Bin. Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, "Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS).," *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1037–1056.

<sup>15</sup> A. F. Pratiwi, E. F. D., Subekti, I., & Fuad, "Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory of Planned Behavior.," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19, no. 3 (2017).

<sup>16</sup> R. Laksana, G., Astuti, E., & Dewantara, "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah).," *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 26, no. 2 (2015): 86309.

Dimensi Persepsi Resiko Menurut Pavlou dan Fygenson dalam (Dewi & Warmika) mempunyai beberapa dimensi antara lain:

- 1) Resiko Finansial didefinisikan sebagai kerugian finansial konsumen, karena salah alokasi investasi, ketidaksesuaian antar harga dengan produk yang diperoleh, ketidakbijaksanaan dalam membelanjakan barang, termasuk juga kemungkinan produk membutuhkan perbaikan atau penggantian.
- 2) Resiko Keamanan dalam sistem transaksi keuangan melalui sistem online merupakan faktor utama yang menjadi prioritas bagi nasabah untuk menggunakan jasa layanan *mobile banking*. Nasabah menuntut kepada pihak penyedia jasa layanan *mobile banking* untuk dapat memberikan atau menjamin keamanan transaksi keuangan melalui media *mobile banking*.
- 3) Resiko Produk dalam sistem *mobile banking* memiliki fitur atau produk yang dapat digunakan oleh nasabah dengan rasa aman dan nyaman. Nasabah akan merasa sangat dimanjakan jika fitur atau produk dari *mobile banking* tersebut mudah digunakan dan dimengerti.<sup>17</sup>

Ada 2 indikator untuk mengukur trust sebagai berikut:

- 1) Kendala yang timbul
- 2) Penanganan kendala.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> I. Dewi, N., & Warmika, "Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar," *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 4 (2016).

<sup>18</sup> Liza Rahmadani, "Analisis Minat Penggunaan Aplikasi M-Syariah Dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Pada Mahasiswa/I UINSU" (n.d.).

## 5. *Trust (kepercayaan)*

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*.<sup>19</sup> Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.

---

<sup>19</sup> Junai Al Fian and Tri Yuniati, “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 1–18.

<sup>20</sup> Ibid.

- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

Kepercayaan menurut Ballester dan Alleman merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan nasabah dengan bank. Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era m-banking pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap ekselensi jasa online.<sup>21</sup> Rasulullah saw. bersabda:

لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

*“Tidak ada iman bagi yang tidak ada amanat padanya (menjaga amanat) dan tidak ada agama bagi yang tidak ada janjinya baginya (memenuhi janji).”* (H.R. Imam Ahmad)

Bahkan menurut kesaksian Anas bin Malik ra. sebagai perawi hadits ini bahwa Rasulullah tidak pernah berkhutbah melainkan menyertakan hadits tentang ketiadaan iman bagi yang tidak menjalankan amanat. Pengkhianatan amanat dalam beragam bentuknya merupakan hal yang terlarang dan sangat dibenci oleh siapapun. Menurut Zamakhsyari, khianat secara bahasa berarti *An-Nuqshan* (*kurang*), sedangkan anonimnya amanat diartikan dengan *At-Tamam*

---

<sup>21</sup> Bastian Amanullah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking.,” *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro* (2014): 27.

(sempurna). Ini berarti segala bentuk amanat agar tidak termasuk mengkhianatinya haruslah dilaksanakan dengan sempurna dan sesuai dengan tuntunan dan tuntutan sang pemberi amanat. Jika dilaksanakan apa adanya, cenderung asal-asalan dan tidak sungguh-sungguh meskipun ia telah menjalankannya, maka tetap saja berlaku istilah khianat untuknya berdasarkan makna bahasa yang cukup tajam ini.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْوِلُوا اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَتَحْوِلُوا أَمْلَكَمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu Mengetahui.”<sup>22</sup>*

Ayat ini menyebutkan secara prioritas tingkatan amanah yang harus ditunaikan oleh setiap orang yang beriman; amanah Allah, amanah Rasul-Nya dan amanah antar sesama orang beriman. Yang menarik dari redaksi ayat ini adalah bahwa perintah menjaga amanah langsung menyebutkan lawan dari amanah yaitu khianat. Sehingga kata kunci dari ayat ini lebih tertuju kepada larangan mengkhianati Allah, Rasul-Nya dan orang-orang yang beriman. Secara redaksi juga, ayat ini tidak menyertakan kata (كـ) pada amanat manusia seperti yang tersebut pada amanat Allah dan Rasul-Nya menurut Ar-Razi bahwa ini merupakan jawaban atas pengabaian amanat Allah dan Rasul-Nya. Artinya, jika kalian mengkhianati amanat Allah dan Rasul-Nya maka kalian berarti telah mengkhianati amanat di antara kalian sendiri. Dalam kata lain, menjaga kepercayaan Allah dan Rasul-Nya merupakan benteng yang paling kokoh agar seseorang mampu menjaga kepercayaan sesamanya.

---

<sup>22</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’an Dan Terjemahannya, Surah Al-Anfal: Ayat 27,” Diakses Dari [Https://Quran.Kemenag.Go.Id.](https://Quran.Kemenag.Go.Id.).

Lebih ketara lagi bahwa ayat ini diawali dengan seruan kepada orang-orang yang beriman yang seharusnya menjadi contoh bagi umat yang lain dalam hal menjaga kepercayaan. Karena Rasul sendiri mengisyaratkan dalam haditsnya bahwa keimanan seseorang masih perlu dibuktikan dengan ujian menjaga kepercayaan. Bahkan seseorang dicap tidak beriman manakala tidak mampu menjaga amanat. Rasulullah saw. bersabda:

لَا إِيمَانَ لِمَنْ لَا أَمَانَةَ لَهُ وَلَا دِينَ لِمَنْ لَا عَهْدَ لَهُ

*“Tidak ada iman bagi yang tidak ada amanat padanya (menjaga amanat) dan tidak ada agama bagi yang tidak ada janjiannya baginya (memenuhi janji).”* (H.R. Imam Ahmad)

Bahkan menurut kesaksian Anas bin Malik ra. sebagai perawi hadits ini bahwa Rasulullah tidak pernah berkhutbah melainkan menyertakan hadits tentang ketiadaan iman bagi yang tidak menjalankan amanat. Pengkhianatan amanat dalam beragam bentuknya merupakan hal yang terlarang dan sangat dibenci oleh siapapun. Menurut Zamakhsyari, khianat secara bahasa berarti *An-Nuqshan* (*kurang*), sedangkan anonimnya amanat diartikan dengan *At-Tamam* (*sempurna*). Ini berarti segala bentuk amanat agar tidak termasuk mengkhianatinya haruslah dilaksanakan dengan sempurna dan sesuai dengan tuntunan dan tuntutan sang pemberi amanat. Jika dilaksanakan apa adanya, cenderung asal-asalan dan tidak sungguh-sungguh meskipun ia telah menjalankannya, maka tetap saja berlaku istilah khianat untuknya berdasarkan makna bahasa yang cukup tajam ini.

Selain itu, menurut Kotler kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam

melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membantu pengguna untuk mengurangi kompleksitas sosial dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan.<sup>23</sup>

Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Dalam hal penggunaan m-banking, kebanyakan pengguna tidak memahami betul risiko keamanan dan kerahasiaan dari m-banking. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk terus bertransaksi perbankan

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan.<sup>24</sup> Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor

---

<sup>23</sup> Bastian Amanullah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking.”

<sup>24</sup> Dwi Mastia Harlan, ““Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking”,” *Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta* (2014): 44.

penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan. Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut:<sup>25</sup>

- a. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya

## **6. Minat**

Menurut Fishbein dan Ajzen minat adalah sebuah rencana atau bagaimana seseorang akan berperilaku dari situasi tertentu dengan cara-cara tertentu baik seseorang akan melakukannya atau tidak. Sedangkan menurut Peter & Olson, minat adalah sebuah rencana untuk terlibat dalam suatu perilaku khusus guna mencapai suatu tujuan. Banyak faktor yang mempengaruhi niat konsumen saat memilih produk dan keputusan akhir tergantung pada niat konsumen dengan faktor eksternal yang besar.<sup>26</sup>

Minat adalah aktivitas psikis yang timbul dari perasaan (afektif) dan pikiran (kognitif) dari barang atau jasa yang diinginkan (Schiffman dan Kanuk). Menurut Belch & Belch, minat adalah kecenderungan untuk menggunakan sebuah merek dan secara umum berdasarkan kesesuaian antara motif pembelian dengan atribut atau karakteristik merek yang dapat dipertimbangkan. Sebelum konsumen

---

<sup>25</sup> Junai Al Fian, “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 4.

<sup>26</sup> Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2019).

membuat keputusan pembelian, konsumen terlebih dahulu mencari informasi tentang barang dan jasa yang akan dipilih. Sumber informasi utama dibagi menjadi empat kelompok: (1) Pribadi, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan; (2) Iklan, seperti iklan, situs web, tenaga penjualan, dealer, pengemasan dan tampilan; (3) Publik, seperti media massa, peringkat konsumen organisasi; (4) Eksperimental, seperti penanganan pemeriksaan, penggunaan produk.<sup>27</sup>

Kumar et al., mengidentifikasi purchase intention melalui 2 indikator berikut:

- 1) Niat pelanggan untuk menggunakan layanan *mobile payment*
- 2) Rencana pelanggan untuk menggunakan layanan *mobile payment*.<sup>28</sup>

Minat Seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan. Dalam kamus umum bahasa Indonesia, minat diartikan sebagai sebuah kesukaan (kecenderungan hati) kepada suatu perhatian atau keinginan<sup>29</sup>

## 7. Generasi X

Generasi X adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1965 hingga tahun 1980. Generasi X sering disebut dengan *baby bust* dikarenakan penurunan angka kelahiran bayi yang signifikan dibandingkan generasi *baby boomer* sebelumnya. Generasi X tumbuh di masa perkembangan teknologi yang sama sekali baru seperti handphone dan laptop, juga kesulitan ekonomi pada tahun 1980-an. Generasi X dinilai sebagai generasi yang mandiri, pekerja keras, berorientasi pada karier,

---

<sup>27</sup> Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Cet. X. (Jakarta, 2020).

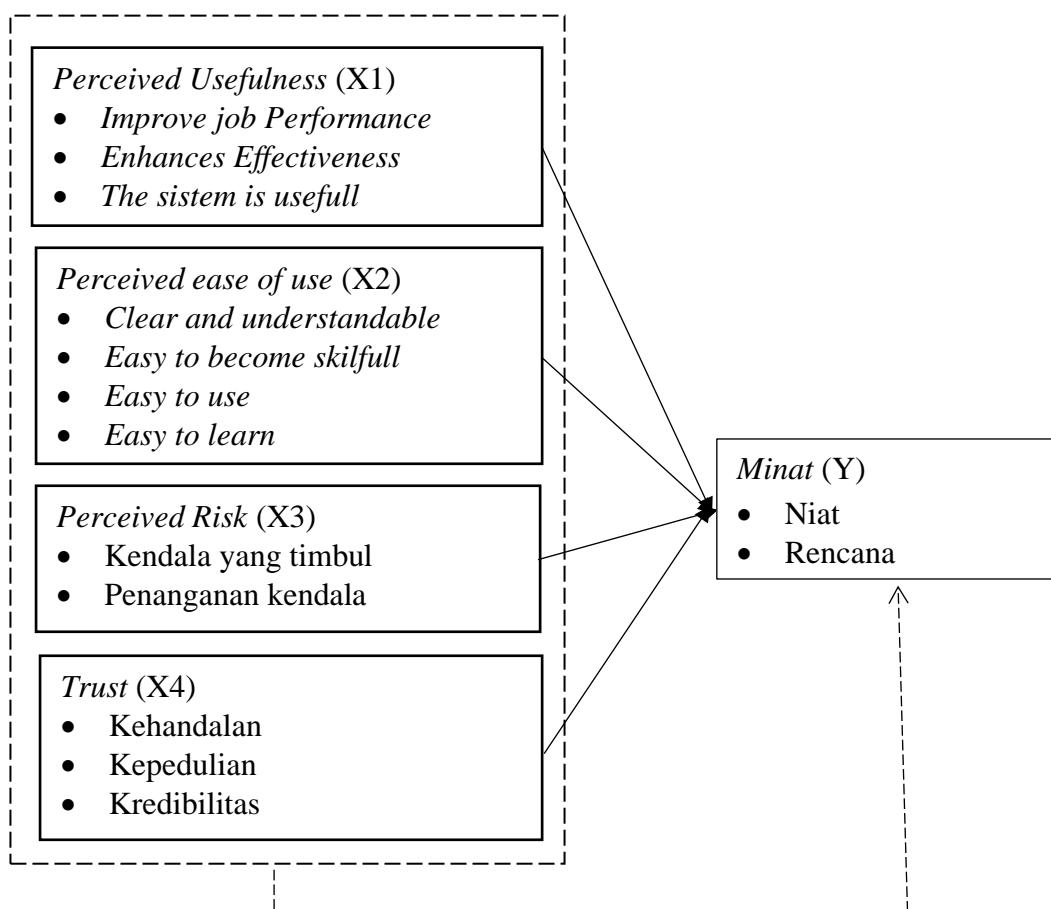
<sup>28</sup> Kumar et al, “A Study on Factors Influencing Consumer Buying Behavior in Cosmetic Products”, *International Journal of Scientific and Research Publications* 4, no. 9 (1994).

<sup>29</sup> Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta, 2011).

fleksibel, mahir dalam teknologi, logis, banyak akal, dan problem solver (pemecah masalah) yang baik. Gen X: kelahiran 1965-1980 dan berusia antara 41-56.

### C. Kerangka pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah. Kerangka menjelaskan secara teoritis hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1  
Kerangka Pemikir

Keterangan:

—————→ = Pengaruh Parsial

-----→ = Pengaruh Simultan

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang dimana rumusan masalah penelitian telah dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dimana hipotesis yang masih merupakan jawaban sementara tersebut, selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya secara empiris atau nyata. Berdasarkan latar belakang dan masalah yang dikemukakan maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H<sub>1</sub>: *perceived Easy of Use* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

H<sub>2</sub>: *perceived Usefulness* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

H<sub>3</sub>: *perceived Risk* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

H<sub>4</sub>: *Trust* berpengaruh secara parsial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

H<sub>5</sub>: *perceived Easy of Use, perceived Usefulness, perceived Risk, dan trust* berpengaruh secara simultan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis Penelitian Jenis pendekatan penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu pendekatan penelitian yang secara khusus dilakukan secara sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas mulai dari perencanaan sampai desain penelitiannya.<sup>1</sup> Pendekatan penelitian kuantitatif didasarkan pada positivisme, digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan melalui alat penelitian yang relevan dan pengolahan data dilakukan secara kuantitatif atau statistik. Tujuan utama dari analisis adalah untuk menguji hipotesis yang telah diuraikan sebelumnya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah field research, data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada nasabah bank BRI unit manonda palu.

#### **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di Bank BRI Unit Manonda Palu yang beralamatkan di Jl. Kacang Panjang No.1, Kamonji, kecamatan Palu Barat, Kota Palu, Sulawesi Tengah. Pemilihan lokasi ini juga sesuai dengan judul yang akan diteliti, sehingga data dan informasi yang akan diperoleh sesuai dengan penelitian.

---

<sup>1</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023).

### **C. Populasi dan Sampel**

#### **1. Populasi**

Populasi merupakan suatu kesatuan yang memiliki sifat yang sama dimana dari populasi tersebut sampel akan diambil.<sup>2</sup> Populasi terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari serta disimpulkan oleh peneliti. Berdasarkan objek pada penelitian ini terdapat populasi yang dijadikan wilayah penelitian yaitu nasabah bank bri unit Manonda Palu (generasi X ) Dengan jumlah nasabah sebanyak 4.629 orang. Pak Heri selaku supervisor di bank BRI Unit Manonda Palu<sup>3</sup>

#### **2. Sampel**

Sampel merupakan bagian yang diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi.<sup>4</sup> Metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non probability, yaitu purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel dengan menetapkan kriteria kriteria tertentu. Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria sebagai acuan diantaranya:

- 1) Responden yang berusia 40 tahun ke atas
- 2) Responden merupakan nasabah Bank BRI Unit Manonda Palu
- 3) Responden yang belum menggunakan layanan *mobile banking*.

---

<sup>2</sup> Jusuf Soewadji, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012).

<sup>3</sup> Heri, *Selaku Supervisor Di Bank BRI Unit Mnaonda Palu* (“Wawancara” Bank BRI Unit Manonda Palu, 2025).

<sup>4</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. XXIX. (Bandung: Alfabeta, 2017).

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

E : Batas toleransi kesalahan

Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah 4.629 nasabah dan penjabarannya sebagai berikut:

Diketahui N: 4.629 Nasabah dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel 10%

$$n = \frac{4.629}{1+4.629 (0,1)^2} = \frac{4.629}{1+4.629 (0,01)} = \frac{4.269}{1+46.29} \frac{4.629}{47,29} = 90$$

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga akan diperoleh infomrasi tentang hal yang dteliti tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Hatch dan Ferhady variabel memiliki “variasi” antara yang satu dengan lainnya atau satu objek dengan objek yang lain<sup>5</sup>

Ada dua jenis variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

##### **1. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)**

Variabel bebas adalah variabel stimulus atau variabel yang memengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan

---

<sup>5</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020). 137

suatu gejala yang diobservasi.<sup>6</sup> Pada penelitian ini variabel bebasnya, yaitu *perceived usefulness* (X<sub>1</sub>), *perceived ease of use* (X<sub>2</sub>) *perceived risk* (X<sub>3</sub>), *Trust* (X<sub>4</sub>)

## 2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang tergantung atau terpengaruh karena adanya variabel bebas. Jadi, variabel terikat merupakan hasil dari pengaruh variabel bebas.<sup>7</sup> Dengan demikian, variabel bebas dan variabel terikat digunakan untuk merumuskan dugaan sementara dalam menjawab fenomena atau masalah yang memiliki hubungan dengan subjek penelitian. Pada penelitian ini variabel terikatnya, yaitu *Intention to use* (Y).

## **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan dalam sebuah penelitian ilmiah, alat yang digunakan harus sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian tersebut. Dalam penelitian menggunakan metode kuantitatif maka penulis menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner yaitu teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian yang disetiap pertanyaan atau pernyataan di beri skor.<sup>8</sup>

Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

<sup>6</sup> Ibid.138

<sup>7</sup> Ibid. 138

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Ed. Ke-14. (Bandung: Alfabeta, 2016).

### Skala Likert

JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (ST)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Menurut Komalasari, angket merupakan salah satu alat pengumpul data dalam asesmen nontes, berupa serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang diajukan pada responden. Dengan penggunaan angket ini dapat menghimpun sejumlah informasi yang relevan. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis angket tertutup (*closed questionair*).<sup>9</sup> Komalasari, mengemukakan bahwa angket tertutup (*closed questionair*), adalah angket yang pertanyaan atau pernyataannya tidak memberi kebebasan kepada responden untuk menjawabnya sesuai pendapat dan keinginan mereka.

Alasan peneliti menggunakan bentuk angket tertutup yaitu karena dengan pertanyaan atau pernyataan tertutup akan membantu responden 90 untuk menjawab dengan cepat, dan juga memudahkan peneliti dalam melakukan analisis data serta tabulasi hasil terhadap seluruh hasil angket yang telah terkumpul. Responden cukup menjawab pernyataan dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

Nilai yang diberikan terhadap jawaban responden dalam pernyataan untuk *favourable* (item pernyataan yang mendukung obyek yang ingin diukur), bergerak

---

<sup>9</sup> Komalasari C, *Metode Penelitian Pendidikan*, Universitas Terbuka, Cet. II. (Jakarta, 2011). 81

mulai dari 4, 3, 2, 1. Sedangkan untuk *unfavourable* (item pernyataan yang tidak mendukung obyek yang ingin diukur) bergerak mulai dari 1, 2, 3, 4. Alternatif jawaban yaitu Selalu = 4, Sering = 3, KadangKadang = 2, Tidak Pernah = 1. Adapun untuk lebih jelasnya skor alternatif jawaban dapat dilihat pada tabel berikut:

**Skor Alternatif Jawaban Variabel**

No	Alternatif	Favourable	Unfavourable
1.	Selalu	4	1
2.	Sering	3	2
3.	Kadang-kadang	2	3
4.	Tidak Pernah	1	4

#### **F. Definisi Oprasional**

Adapun variabel beserta oprasionalnya dijelaskan dalam tabel sebagai berikut:

Variabel dan Definisi Oprasional	Indikator
<p><i>Perceived Usefulness</i>            Persepsi manfaat merupakan sejauh mana keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi akan meningkatkan kinerja dan efektivitas dalam menjalankan tugas dan pekerjaannya. Suatu sistem teknologi dapat memberikan suatu persepsi manfaatnya apabila berhasil memudahkan proses transaksi, mengoptimalkan proses pembayaran, memberikan kelebihan tambahan saat menuntaskan transaksi, menjamin kepercayaan saat proses transaksi pembayaran, serta menghemat waktu dalam melakukan transaksi pembayaran.<sup>10</sup></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Penggunaan sistem mampu meningkatkan kinerja (<i>improves job performance</i>).</li> <li>Penggunaan sistem mampu menambah tingkat produktivitas (<i>increases productivity</i>).</li> <li>Penggunaan sistem mampu meningkatkan efektivitas kinerja (<i>enhances effectiveness</i>).</li> <li>Penggunaan sistem bermanfaat atau berguna (<i>the system is useful</i>).<sup>11</sup></li> </ol>
<p><i>Perceived ease of use</i>            Persepsi kemudahan dapat diartikan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Jelas dan dapat dimengerti (<i>clear and understandable</i>)</li> <li>2) Mudah untuk menjadi terampil/mahir (<i>easy to become skilfull</i>)</li> </ol>

<sup>10</sup> Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavianthy, “Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo.”

<sup>11</sup> Viswanath Venkatesh, Jamea y.L Thong, and Xin Xu, “Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN,” *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157–178, [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2002388](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388).

<p>upaya yang berlebihan. Dengan definisi tersebut, dapat ditegaskan bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu keyakinan seseorang terkait tahapan pengambilan keputusan.<sup>12</sup></p>	<p>3) Mudah dan hemat biaya (<i>mental effort</i>) 4) Mudah digunakan/dioperasikan (<i>easy to use</i>) sistem teknologi mudah untuk dioperasikan saat menggunakan. 5) Mudah dipelajari/dipahami (<i>easy to learn</i>).<sup>13</sup></p>
<p><i>Perceived Risk</i> Persepsi Risiko merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi dalam menggunakan <i>mobile banking</i>. Dia sangat terkait dengan layanan <i>mobile banking</i> karena sifat dan penggunaan ponsel dan koneksi internet, misalnya, jenis browser internet tertentu dan yang aman koneksi internet lebih disukai oleh sebagian besar pelanggan yang menghindari risiko.<sup>14</sup></p>	<p>1) Kendala yang timbul 2) Penanganan kendala.<sup>15</sup></p>
<p><i>Trust</i> Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. Dalam hal penggunaan <i>mobile banking</i>, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari <i>mobile banking</i>, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan dari <i>mobile banking</i>.<sup>16</sup></p>	<p>1) Kehandalan 2) Kepedulian 3) Kredibilitas<sup>17</sup></p>
<p>Minat</p>	<p>1) Niat</p>

<sup>12</sup> Nursiah Nursiah, Muh Ferils, and Jamaludin Kamarudin, “Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking,” *Akuntabel: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 19, no. 1 (2022): 91–100.

<sup>13</sup> Paul R. Warshaw. Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.”, *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.

<sup>14</sup> Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, “Factors Influencing Consumers’ Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS).”

<sup>15</sup> Rahmadani, “Analisis Minat Penggunaan Aplikasi M-Syariah Dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Pada Mahasiswa/I UINSU.”

<sup>16</sup> Bastian Amanullah, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking.”

<sup>17</sup> Fian and Yuniati, “Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya.”

<p>minat adalah sebuah rencana atau bagaimana seseorang akan berperilaku dari situasi tertentu dengan cara-cara tertentu baik seseorang akan melakukannya atau tidak. minat adalah sebuah rencana untuk terlibat dalam suatu perilaku khusus guna mencapai suatu tujuan. Banyak faktor yang mempengaruhi niat konsumen saat memilih produk dan keputusan akhir tergantung pada niat konsumen dengan faktor eksternal yang besar.<sup>18</sup></p>	<p>2) Rencana<sup>19</sup></p>
---	--------------------------------

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang penting dalam sebuah penelitian. Hal ini dikarenakan teknik pengumpulan data adalah teknik atau cara bagi peneliti untuk mendapatkan informasi sesuai yang relevan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data sebagai berikut:

#### **1) Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui pengamatan, dengan fakta-fakta terhadap objek sasaran. Adapun tujuan penggunaan metode observasi adalah saat kejadian terjadi sehingga tidak mengandalkan data dari ingatan seseorang.<sup>20</sup> Berdasarkan hal tersebut observasi sering disebut dengan proses pengamatan, dimana penyusun akan melakukan penelitian langsung dilkasi penelitian atau lapangan untuk mengetahui secara langsung kondisi yang terjadi untuk membuktikan kebenaran dari sebuah desain

---

<sup>18</sup> Philip and Kevin Lane Keller Kotler, *Marketing Management. 15th Edition.* (New Jersey: Pearson, 2016).

<sup>19</sup> Kumar et al, “A Study on Factors Influencing Consumer Buying Behavior in Cosmetic Products”.”

<sup>20</sup> Abdurahman Fhatoni, Metode Penelitian dan Penyusunan skripsi, (*Cet. 1*, Jakarta: PT. Asdi Masatya, 2006), 104

penelitian yang menyankut dengan Minat Generasi X Dalam Menggunakan Aplikasi BRIMO Pada Unit BRI Manonda Palu.

### 2) Wawancara

Wawancara adalah teknik pendekatan data melalui metode tanya jawab lisan yang berjalan dengan satu arah, itu berarti pertanyaannya yang berasal dari yang pewawancara dan jawaban yang diperoleh dari yang diwawancarai. Sehingga wawancara juga dapat diartikan sebagai prosedur untuk memperoleh data dengan alasan penelitian dengan cara menjawab pertanyaan, sambil bertatap muka antara si penanya dan si menjawab pertanyaan. Responden yang diwawancarai adalah nasabah BRI Unit Manonda Palu Generasi X.

### 3) Kuisioner

Kuisioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuisioner digunakan untuk bisa mendapatkan keterangan dari sampel dan sumber yang bermacam-macam yang lokasinya tersebar diseluruh daerah luas.<sup>21</sup> Peneliti menggunakan kuesioner dalam bentuk *Google Form* dan disebarluaskan secara *online*.

## **H. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisis data, peneliti mencoba untuk menjelaskan karakteristik responden melalui data statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah suatu metode analisis statistik yang digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang telah dikumpulkan. Tujuan utama dari statistik deskriptif untuk merangkum dan mengorganisir data secara sistematis sehingga akan dapat

---

<sup>21</sup> Nasution, *Metode Research Penelitian Ilmiah*, Cet. II. (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).

dipahami dan diinterpretasikan dengan lebih mudah. Dalam penelitian kuantitatif, data yang berbentuk angka yang dihasilkan dari responden akan diolah menggunakan metode statistik.

### **1. Uji Instrument Data**

Instrument berperan penting dalam sebuah penelitian. Kualitas dari instrument akan berpengaruh serta menentukan data yang diperoleh. Sehingga pengujian instrumen terhadap data diperlukan, uji instrumen dilakukan sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas

Sebuah instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengorelasikan masing-masing skor pertanyaan dengan total skor.<sup>22</sup> Apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini dianggap valid. Sedangkan apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pertanyaan tersebut tidak valid atau gugur. Nilai  $r_{tabel}$  dicari dengan *degree of freedom* (df) =  $n-2$ , dimana n adalah jumlah sampel dan alpha atau tingkat signifikansi 0,05 atau 5%.

---

<sup>22</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011). 53

### b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjuk seberapa jauh suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali.<sup>23</sup> Reliabilitas menunjuk pada kestabilan suatu alat ukur, dimana pada akhirnya pengujian reliabilitas alat ukur dimaksudkan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya, sehingga hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran ulang terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama pula.

Reliabilitas mengacu pada homogenitas alat ukur untuk mengetahui suatu hal mempunyai kaitannya erat satu dengan lainnya. Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) apabila *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60.

## **2. *Methode Of Succesive Interval (MSI)***

Analisis *Methode Of Succesive Interval (MSI)* digunakan untuk mengubah data yang berskala ordinal menjadi skala interval. Langkah-langkah dilakukan dalam MSI sebagai berikut:

- 1) Perhatikan setiap butir jawaban responden dari angket yang telah disebar.
- 2) Pada setiap butir ditentukan beberapa orang yang mendapatkan skor 1,2,3,4,5 kemudian dinyatakan dalam frekuensi.

---

<sup>23</sup> Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Cet. I, Jakarta: PT Bumi Aksara) 2014.

- 3) Proporsi adalah hasil dari setiap frekuensi yang dibagi dengan banyaknya responden.
- 4) Menetukan nilai proporsi kumulatif dengan menjumlahkan nilai proporsi secara berurutan perkolom skor.
- 5) Gunakan tabel distribusi normal, menghitung nilai Z untuk setiap proporsi kumulatif yang diperoleh.
- 6) Menggunakan tabel dentitas untuk menentukan nilai tinggi densitas untuk setiap Z yang diperoleh.

Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

$$SV = \frac{\text{Kepadatan batas bawah} - \text{Kepadatan batas atas}}{\text{Daerah dibawah batas atas} - \text{Daerah dibawah batas bawah}}^{24}$$

### **3. Uji Asumsi Klasik**

Berikut merupakan uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini :

#### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu prosedur yang bertujuan untuk melihat apakah populasi data sudah berdistribusi normal atau tidak. Apabila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Namun, jika tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPPS Windows versi 24 untuk penghitungan uji normalitas. Metode yang digunakan untuk melakukan uji normalitas adalah *Kolmogorov-smirnov* yang menggunakan

---

<sup>24</sup> Ibid

<sup>25</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Cet. 2, Jakarta: Bumi Aksara, 2013, 153).

fungsi distribusi kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika  $K_{hitung} < K_{tabel}$  atau nilai  $Sig. > \alpha$  ( $\alpha = 0,05\%$ ).<sup>26</sup>

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel independen. Bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara independen. Jika terjadi kolerasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 0,5). Jika korelasi kuat maka terjadi problem multiko.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada regresi berganda bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dari residual absolut sama atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Pada penelitian ini melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser*. Dengan metode uji *Glejser* digunakan dengan meregresikan semua variabel bebas yang signifikan terhadap nilai residualnya, maka dalam model terdapat heteroskedastisitas.<sup>27</sup> Dalam metode *Glejser*, kriteria tidak terjadi masalah heteroskedastisitas jika memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  dan terjadi masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikansi  $< 0,05$ .

---

<sup>26</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Cet. 1, Yogyakarta: ANDI, 2011), 75.

<sup>27</sup> Ibid, 98.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi merupakan alat statistik yang bermanfaat untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih sehingga salah satu variabel dapat diduga dari variabel lainnya. Selain regresi linier berganda digunakan untuk mencari pola hubungan antara satu variabel terikat (dependen) dengan lebih dari satu variabel bebas (independen).<sup>28</sup> Analisis regresi digambarkan dalam model regresi yaitu suatu cara untuk mengekspresikan dua unsur penting suatu hubungan statistik, yaitu kecenderungan berubahnya variabel dependen (Y) sejalan dengan berubahnya variabel independen (X) dan berpencarnya titik-titik di sekitar kurva hubungan statistik itu.

Rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan :

$Y$  : Keputusan Nasabah

$a$  : intercept atau konstanta

$X_1$  : *perceived Usefulness*

$X_2$  : *perceived ease of use*

$X_3$  : *Perceived risk*

$X_4$  : *Trust*

$b_1, b_2, b_3, b_4$  : koefisien regresi

$e$  : Standar *eror* atau kesalahan prediksi

---

<sup>28</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Cet. 1, Yogyakarta: ANDI, 2011), 75.

#### **d. Uji Hipotesis**

##### **1. Uji pengaruh bersama-sama (Uji F)**

Uji statistik F digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji pengaruh parsial (uji F) dengan ketentuan signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, sebaliknya apabila signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima. Jika  $H_0$  ditolak maka  $H_1$  diterima berarti variabel-variabel bebas yang diuji mempunyai hubungan yang signifikan dengan variabel terikat.

Hipotesis dalam uji F ini adalah:

a.  $H_0: b_1=b_2=b_3=b_4=0$

Berarti variable bebas X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Y.

b.  $H_0: b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 = 0$

Berarti variable bebas X mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat Y.

##### **2. Uji pengaruh parsial (Uji t)**

Uji T atau uji pengaruh parsial adalah suatu uji untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel tergantungnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel tergantungnya atau tidak.

Pengujian hipotesis uji t menggunakan program SPSS versi 24.0

Alat ini digunakan untuk membandingkan signifikansi hitung masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dengan taraf signifikansi 5%.

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.<sup>29</sup>
3. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen atau sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Kaidah nilai  $R^2$  yaitu:

- a. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak 0 sampai dengan 1, atau  $0 \leq R^2 < 1$ .
- b. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurnaa antara variabel independen dengan variabel dependen

---

<sup>29</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. 95

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **A. *Gambaran Umum***

##### **1. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk**

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia. Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI<sup>1</sup>

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank

---

<sup>1</sup> Armelia Verinditha Oktiza, Baibusasi Digital PT. BRI (Persero) Kanca Palembang Sriwijaya

Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan. Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim)

Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undangundang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang 2 Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugastugas pokok BRI sebagai bank umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% milik negara Republik Indonesia. Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia memutuskan untuk menjual 30% saham bank ini, sehingga menjadi perusahaan publik dengan nama resmi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk., yang masih digunakan sampai dengan saat ini.

## **2. Mobile Banking**

*Mobile Banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menerapkan teknologi informasi. Layanan ini menjadi peluang bagi bank untuk menawarkan nilai tambah kepada pelanggan. *Mobile banking* atau biasa disebut m-banking

merupakan suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Keefektifan dan keesienan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi *mobile banking* tidak akan berjalan, jika tidak didukung oleh telepon seluler dan internet. Setiap orang yang memiliki ponsel dapat memanfaatkan fasilitas ini, untuk bertransaksi di mana saja dan kapan saja dengan mudah. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan tersebut, diharapkan nasabah merasa puas dalam menggunakan berbagai macam jasa yang diberikan oleh pihak bank<sup>2</sup>. Menjelaskan bahwa ada beberapa persyaratan dari *mobile banking* yaitu: Aplikasi mudah digunakan, layanan dapat dijangkau dari mana saja, Murah, Aman dan Dapat diandalkan (*reliable*). Keunggulan *mobile banking* telah mengalami berbagai macam terapan teknologi canggih, perbaikan-perbaikan yang berarti, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Selain memiliki kelebihan, layanan ini juga mempunyai kelemahan yang justru datang dari aspek non teknis.<sup>3</sup> *Mobile banking* adalah salah satu jasa pelayanan perbankan yang disediakan oleh bank termasuk bank syariah agar nasabah dapat bertransaksi setiap saat, tanpa harus datang ke bank yang bersangkutan. *Mobile banking* merupakan salah satu layanan perbankan yang menggunakan teknologi maju, layanan ini berbasis teknologi seluler yang memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan transaksi perbankan. *Mobile banking* adalah layanan melalui saluran distribusi

---

<sup>2</sup> Ulhaq, F. D, *Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Layanan Aplikasi BRImo Menggunakan Maqual Dengan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) dan Point Gain In Customer Values PGCV*" (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional, Veteran Yogyakarta) (2022): 7

<sup>3</sup> Ibid

elektronik bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui SMS atau jaringan komunikasi lainnya dengan sarana telepon seluler atau komputer tablet.<sup>4</sup>

Satu contoh penerapan teknologi informasi adalah di industri perbankan. Teknologi informasi telah menjadi faktor kunci yang sangat penting dalam dunia perbankan, karena memberikan platform yang lebih efisien dan cepat untuk melakukan transaksi keuangan. Beberapa contoh penerapan teknologi informasi dalam industri perbankan antara lain:

1. *Mobile banking*: aplikasi *mobile banking* memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui ponsel pintar, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, cek saldo, dan lain sebagainnya.
2. *Internet banking*: memungkinkan nasabah untuk mengakses rekening mereka melalui internet dan melakukan transaksi keuangan seperti yang dapat dilakukan melalui cabang bank.
3. ATM (*Automatic Teller Machine*): mesin ATM memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan seperti penarikan uang tunai, transfer uang, cek saldo, dan lain sebagainya tanpa harus datang ke cabang bank
4. *E-wallet*: *e-wallet* memungkinkan nasabah untuk menyimpan uang elektronik dan melakukan transaksi dengan mudah melalui ponsel pintar<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Nurdin Nurdin et al., “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020), <https://doi.org/10.24239/jsi.v1>.

<sup>5</sup> Nugraha Rachmatullah, Tata Sutabri, Analisis Manajemen Pelayanan Perbankan pada Aplikasi Bri Mobile Berbasis TI menggunakan ITIL V3, Vol. 1 No. 2 (2023) : 69



Hasil wawancara dengan Bapak Akmal, "Menurut pribadi, saya kurang mempercayai aplikasi brimo, saya menabung dan mempunyai aplikasi brimo dikarnakan jika menabung di brimo maka otomatis aplikasi brimo pun akan di installkan oleh customer servisnya agar mudah saat bertransaksi akan tetapi saya masih ragu dan kurang percaya karna saya takut ketika saya menggunakan aplikasi brimo uang saya akan tiba-tiba menghilang jadi saya masih merasa takut untuk menggunakan brimo walaupun sekarang ini sudah zaman modern,walaupun aplikasi brimo itu resmi dari perbankan pasti aman tapi saya masih kurang percaya Aplikasi brimo.

Kemudahan menggunakan bagi saya yang generasi X ini tentunya ada sebagian orang yang paham menggunakan ada juga sebagian yang belum terlalu paham menggunakan aplikasi brimo contohnya saya sendiri yang belum paham jadi tidak memudahkan saya menggunakan brimo atau bisa dikatakan tidak terlalu tertarik dalam menggunakannya.. Tingkat resiko saat melakukan transaksi sih tidak, itu sebenarnya jika berbicara tentang resiko sebenarnya tidak ada karna resiko itu tergantung dari masing-masing individunya pada saat menggunakan *mobile banking* tersebut, manfaat aplikasi brimo digunakan sesusai dengan peruntukannya misalnya transaksi transfer ataupun pembelian pulsa, top up kalau transaksi tingkat

resikonya tidak ada, adapun kalau transaksi mungkin tidak berhasil atau gagal itu bisa kompleks melalui aplikasi brimo tanpa harus datang ke bank BRI. Brimo memberikan kemanfaatan yang cukup dalam pembelian dan pembayaran produk misalnya, asuransi, PLN semua bisa dalam aplikasi brimo. semua transaksi melalui brimo itu sangat bermanfaat dan tidak menghambat pekerjaan tanpa harus datang ke bank. Itu yang di jelaskan oleh customer servisinya kepada saya tentang kemanfaatannya.”

Hasil wawancara dari ibu nur hayati, “ kalau berbicara tingkat kepercayaan brimo, saya yakin brimo itu sangat aman karna brimo pakai kode atau yg disebut dengan namanya pasword kalau login trus pakai pin otomatis kalau kita melakukan transaksi di suruh inputin dan pin itu cuman saya yang tau dan saya merasa aman, kemudian setahu saya yang sekarang kalau misalnya nomor hp pun kalau sudah mati atau masa berlakunya sudah tidak aktif brimo sudah tidak bisa digunakan jadi sangat aman bagi saya. Aplikasi brimo sangat memudahkan saya dalam melakukan transaksi karna saya orang yang sangat jarang memegang uang cash jadi brimo itu sangat bermanfaat kalau misalnya mau bertransaksi, malahan kan sekarang brimo bisa tarik tunai pakai aplikasi brimo jadi saya kan jarang bawa ATM cuman bawa handphone kemana-mana jadi tarik uang bisa pakai brimo, brimo sangat-sangat mudah melakukan transaksi. Resiko dalam melakukan transaksi menurut saya tidak ada karna brimo itu sangat aman dan tidak memiliki resiko kecuali kita yang salah input misalnya resikonya, transfer ke orang lain memang mempermudah lewat brimo kadang sudah buru-buru bisa tapi biasanya salah kasih masuk nomor rekening, salah tulis jumlah nominal yang akan di transfer, jadi sebenarnya

resikonya itu ada dalam kelalaian nasabahnya sendiri. Manfaat dalam pembayaran dan pembelian produk brimo itu bermanfaat sekali, misalnya kalau mau bayar cicilan, isi pulasa lisrik, itu mempermudah sekali kalau misalnya malam-malam tiba-tiba mati lampu atau seperti saya kan ada cicilan motor suatu kali lupa kalau itu hari jatuh tempohnya tiba-tiba malan baru dapa ingat nah untung ada brimo jadi tidak perlu lagi susah-susah. Yang membuat saya lebih memilih menggunakan brimo yah karna memudahkan saya melakukan transaksi melalui brimo.”

### **3. BRIMO**

Menurut Simanullang et al. dalam Andris alfanur rosid BRIMO adalah sebuah fitur pelayanan Bank Rakyat Indonesia untuk memberikan pelayanan pada nasabah untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi perbankan tanpa perlu datang ke bank atau ATM kecuali penarikan uang cash. Aplikasi ini menyediakan layanan perbankan yang bisa diakses oleh nasabah melalui ponsel atau smartphone mereka yang sudah tersambung dengan jaringan internet. Berbagai fitur tersebut memiliki layanan perbankan masing-masing dan tentunya memudahkan nasabah.<sup>6</sup>

penggunaan aplikasi BRImo ini bertujuan untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, adapun keunggulan dalam penggunaan aplikasi BRImo sebagai berikut:<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Andris Alfanur Rosid, Deden Mulyana, and Ade Komaludin, Pengaruh Kualitas Layanan BRIMO, Bauran Promosi dan Tingkat Persaingan Terhadap Kepuasan Nasabah (Survey Pada Nasabah Pengguna BRIMO BRI Kantor Cabang Tasikmalaya) *JURNAL INTELEKTUAL*, VOL. 2 NO. 1, 2023

<sup>7</sup> Gia Ardila, Zul Azmi, Upaya Meningkatkan Pemahaman Nasabah Terhadap Penggunaan BRI Mobile PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Kantor Kas Chevron Rumbai Pekanbaru: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol.2, No.1, Januari 2023

- a) Bisa buka rekening tabungan Di aplikasi kita bisa melakukan pembukaan rekening baru tanpa harus datang BANK
- b) Bisa melakukan penarikan tunai tanpa kartu Jika kartu ATM kita ada masalah kita dapat menggunakan aplikasi BRImo untuk melakukan penarikan tunai tanpa kartu di mesin ATM.
- c) Melakukan transaksi transfer Kita juga dapat melakukan transfer tanpa harus datang ke bank atau ke mesin ATM
- d) Bisa melakukan pembayaran Dengan menggunakan aplikasi BRImo kita dapat melakukan pembayaran seperti pembayaran listrik,telpon,briva dan lain lainnya.
- e) Dan lain-lainnya.

### **1. Fitur Aplikasi BRImo**

Salah satu produk layanan Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah BRImo. "BRI Mobile" adalah singkatan dari BRImo. BRImo merupakan aplikasi perbankan yang menawarkan beberapa fungsi. Banyak transaksi yang sebelumnya dapat dilakukan di ATM atau loket kini dapat dilakukan oleh nasabah Bank BRI menggunakan Brimo.<sup>8</sup>

Fitur-fitur BRImo ini penting untuk dipelajari. Aktivasi Kartu Debit BRI. Periksa saldo akun dan transfer Anda. Transfer uang antar rekening BRI. Mendukung pembayaran menggunakan "BRI QR" di toko yang berpartisipasi. Transfer uang ke bank lain melalui BRImo, Prima Network atau ATM Link. Fitur

---

<sup>8</sup> Muhd. Aidil Fitri, Muhammad Irwan Padli Nasution, Manfaat dan Pengaruh Penggunaan *Mobile Banking* dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pada Nasabah BRI, *Jurnal Multidisiplin Saintek*, Volume 01, No. 11 2023

BRImo lainnya antara lain: Pembayaran seperti PLN, Air, Telepon dll. Tarik tunai tanpa kartu, Pembelian pulsa dan paket data dan Pembelian tiket kereta api<sup>9</sup>

Pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan BRI melalui BRImo. Metode login BRImo yang menggunakan pengenalan wajah atau sidik jari memungkinkan pembukaan rekening lebih cepat dan memberikan akses informasi. Dengan mengedepankan pengalaman pengguna (UX), nasabah dapat memperoleh layanan perbankan unggul yang lebih cepat dan lebih baik.<sup>10</sup>

## 2. Manfaat dan Pengaruh

### 1. Fitur Tarik Tunai pada Mobile banking BRImo

Salah satu produk unggulan BRImo adalah fitur tarik tunai. Tidak ada biaya atau pungutan apapun jika tarik tunai tanpa kartu ATM BRI. Nasabah wajib memilih nominal dana yang dibuat BRImo. Cara tarik uang menggunakan aplikasi BRImo tanpa menggunakan kartu ATM BRI penting untuk diketahui nasabah. Berhatihatilah terutama dalam keadaan darurat seperti ketika Anda kehilangan kartu bank, lupa menyimpannya, atau menelannya. Nasabah hanya cukup pilih opsi Tarik tunai kemudian memilih nominal penarikan uang, memilih lokasi penarikan seperti ATM, ikuti petunjuk selanjutnya memasukkan no. telepon yang tercantum dalam akun BRImo nasabah dan selesai. Selain lokasi ATM, Nasabah juga dapat melakukan penarikan tunai di Indomaret dan teller, transaksi tersebut akan dikenai biaya sesuai ketentuan dan ketetapan BRImo.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Ibid

<sup>10</sup> Ibid

<sup>11</sup> Ibid 6-7

## 2. Fitur BRIVA mobile bangking BRImo

Virtual account yang disediakan oleh BRImo adalah BRIVA. Virtual account merupakan nomor rekening virtual yang digunakan untuk menunjang proses transaksi antara konsumen dan penjual. BRIVA BRImo memberikan solusi konsumen untuk bertransaksi lebih cepat, mudah dan aman. Selain itu, pandemi Covid-19 semakin mendorong masyarakat untuk bertransaksi menggunakan metode pembayaran non tunai.<sup>12</sup>

## 3. Fitur Scan Qris

QRIS adalah salah satu metode pembayaran yang digunakan oleh cryptocurrency berbasis server, e-wallet, atau aplikasi *mobile banking*. QRIS mempunyai potensi untuk secara efektif meningkatkan non-tunai secara nasional (Hermina, 2021). QRIS merupakan alat transaksi digital yang dikembangkan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) memberikan solusi sederhana dalam melakukan aktivitas keuangan kepada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) atau merchant dalam bentuk 'QRIS BRI BRIMO'. QRIS BRImo merupakan alat yang memungkinkan merchant menerima transaksi pembayaran dan mentransfer catatan transaksi langsung ke rekeningnya melalui telepon genggamnya,tanpa memerlukan gawai atau perlengkapan tambahan (Fabiola Febrinastri & Restu Fadilah).<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Ibid 8

<sup>13</sup> Ibid 9

#### 4. Fitur isi pulsa dari BRImo

Anda hanya memerlukan smartphone untuk melakukan pengisian pulsa dan paket data dari aplikasi BRImo. Tidak perlu menyiapkan uang cash ataupun keluar rumah, dengan harga yang cukup terjangkau dan tidak jauh berbeda dengan ada di toko.

#### 5. Fitur Transfer

Salah satu fitur terbaik dan andalan bagi Nasabah adalah transfer. Baik itu antar bank maupun antar uang digital lainnya. Fitur ini sangat memudahkan nasabah dalam proses transaksi, dengan ini nasabah tidak perlu keluar rumah dan mengantre di bank dalam waktu yang lama. Hanya dengan HP nasabah dapat melakukannya dengan mudah, cepat dan efisien.<sup>14</sup>

#### 6. Fitur Dompet Digital

Fitur ini digunakan sebagai untuk top up beberapa aplikasi uang digital seperti, Gopay, DANA, Shopee Pay dan lainnya. Dompet digital memberikan banyak manfaat seperti untuk membeli makanan, membeli tiket bioskop, bahkan juga bisa digunakan untuk belanja online

Pengaruh globalisasi dan digitalisasi membawa dampak yang signifikan terhadap perubahan gaya hidup seseorang. Salah satunya melakukan transaksi terhadap sesama, hal ini membawa perubahan dan lebih memudahkan seseorang dalam melakukan transaksi hanya dengan media digital dan tidak perlu menghabiskan

---

<sup>14</sup> Ibid 10

banyak waktu dan tenaga. Hanya dengan HP seluruh transaksi dapat dilakukan secara efisien dan efektif.<sup>15</sup>

### **B. Deskripsi Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah Generasi X BRI Unit Manonda Palu, yang terletak di Jl. Kacang Panjang No. 01 Kamonji, Kota Palu Palu, Sulawesi Tengah. Data penelitian menggunakan instrument kuesioner dalam bentuk kuesioner *google form* yang disebarluaskan secara *online dan offline*.

Tabel 4. 1  
Deskripsi Kuisioner

Jumlah Sampel	Kuisioner disebar	Kuisioner Kembali	Kuisioner Diolah	Persentase
90	90	90	90	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

#### **1. Deskripsi Pernyataan Responden**

##### **a. Pengukuran Sampel Variabel**

Setelah data telah terkumpul dan telah disusun dalam bentuk tabulasi data, maka langkah selanjutnya yaitu melihat tanggapan responden mengenai setiap variabel penelitian yaitu: Literasi keuangan syariah, motivasi dan *self efficacy* (Variabel Independen), serta minat investasi mahasiswa (Variabel Dependen) Kemudian dicari rata-rata dari setiap jawaban responden, untuk memudahkan penilaian rata-rata tersebut, maka terlebih dahulu harus dibuat interval. Untuk mengetahui tingkatan pencapaian responden digunakan rumus sebagai berikut :

$$TCR = \frac{Rata - rata}{Skor maksimum} \times 100$$

---

<sup>15</sup> Ibid 11

Dimana TCR merupakan Tingkatan Pencapaian Responden. Kriteria nilai tingkat capaian responden (TCR) dapat diklasifikasikan sebagai berikut:<sup>16</sup>

Tabel 4. 2  
Klasifikasi TCR

No.	Persentase Pencapaian	Kriteria
1	85% -100%	Sangat Baik
2	66%-84%	Baik
3	51%-65%	Cukup
4	36%-50%	Kurang Baik
5	0%-35%	Tidak Baik

Berdasarkan kategori diatas, deskripsi hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 3  
Hasil Variabel Perceived Usefulness

Pernyataan	Perceived Usefulness								N	Skor	Mean	TCR	Keterangan		
	5		4		3		2								
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X1.P1	38	42.2%	49	54,40%	3	3.3%	0	0%	0	0%	90	395	4.39	79	Baik
X1.P2	35	39.3%	50	56.2%	4	4.5%	0	0%	0	0%	90	391	4.34	78	Baik
X1.P3	36	40.4%	52	58.4%	1	1.1%	0	0%	0	0%	90	396	4.40	79	Baik
X1.P4	27	30%	62	68.9%	1	1.1%	0	0%	0	0%	90	386	4.29	77	Baik
X1.P5	26	28.9%	61	67.8%	3	3.3%	0	0%	0	0%	90	383	4.26	77	Baik
X1.P6	23	25.8%	64	71.9%	2	2.2%	0	0%	0	0%	90	382	4.24	76	Baik
X1.P7	27	30%	50	55.6%	9	10%	4	4.4%	0	0%	90	370	4.11	74	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.3 hasil penelitian tanggapan dari 90 responden pada pernyataan pertama yaitu total skor 395 dan rata-rata 4,39 Pernyataan kedua mendapat total skor 391 dan rata-rata 4,34. Pernyataan ketiga mendapat total skor 396 dan rata-rata 4,40. Pernyataan keempat mendapat total skor 386 dan rata-rata

---

<sup>16</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 154

4,29. Pernyataan kelima dan ketujuh mendapat total yang sama yaitu total skor 383 dan rata-rata 4,26. Pernyataan keenam yaitu total skor 382 dan rata-rata 4,24 pernyataan ketujuh yaitu total skor 370 dan rata-rata 4,11 Sehingga pernyataan pertama, kedua, ketiga, keempat, kelima, keenam dan ketujuh termasuk dalam interpretasi baik.

Tabel 4. 4  
Hasil Variabel Perceived Easy Of Use

Pernyataan	<i>Perceived Easy of Use</i>										N	Skor	Mean	TCR	Keterangan					
	5		4		3		2		1											
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%										
X2.P1	27	30.3%	39	43.8%	19	21.3%	3	3.4%	1	1.1%	90	358	3.98	71,6	Baik					
X2.P2	23	25.8%	46	51.7%	17	19.1%	3	3.4%	0	0%	90	359	3.99	71,8	Baik					
X2.P3	34	37.8%	37	41.1%	18	20%	1	1.1%	0	0%	90	373	4.14	74,6	Baik					
X2.P4	29	32.6%	38	42.7%	17	19.1%	5	5.6%	0	0%	90	364	4.04	72,8	Baik					
X2.P5	28	31.1%	42	46.7%	19	21.1%	1	1.1%	0	0%	90	366	4.07	73,2	Baik					

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.4 hasil penelitian tanggapan dari 90 responden pada pernyataan pertama dan keempat mendapat total yang sama yaitu total skor 358 dan rata-rata 3.98. Pernyataan kedua mendapat total skor 359 dan rata-rata 3.99. Pernyataan ketiga mendapat total skor 373 dan rata-rata 4,14. Pernyataan keempat mendapat total skor 364 dan rata-rata 4,04. Pernyataan kelima mendapat total skor 366 dan rata-rata 4,07. Sehingga pernyataan pertama, kedua, ketiga, keempat, dan kelima termasuk dalam interpretasi baik.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Variabel Perceived Risk**

Pernyataan	<i>Perceived Risk</i>										N	Skor	Mean	TCR	Keterangan
	5		4		3		2		1						
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X3.P1	32	35.6%	15	16.7%	40	44.4%	3	3.3%	0	0%	90	347	3.86	69,4	Baik
X3.P2	37	41.1%	21	23.3%	27	30%	5	5.6%	0	0%	90	361	4.01	72,2	Baik
X3.P3	36	40.4%	24	27%	24	27%	5	5.6%	0	0%	90	363	4.03	72,6	Baik

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.5 hasil penelitian tanggapan dari 90 responden pada pernyataan pertama mendapat yaitu total skor 347 dan rata-rata 3.86 pernyataan kedua yaitu total skor 361 dan rata-rata 4,01. Pernyataan ketiga mendapat total skor 363 dan rata-rata 4,03. Sehingga pernyataan kedua, dan ketiga, termasuk dalam interpretasi baik.

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Variabel Trust**

Pernyataan	<i>Trust</i>										N	Skor	Mean	TCR	Keterangan
	5		4		3		2		1						
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X4.P1	42	46.7%	28	31.1%	18	20%	2	2.2%	0	0%	90	381	4.23	76,2	Baik
X4.P2	50	55.6%	17	18.9%	20	22.2%	3	3.3%	0	0%	90	386	4.29	77,2	Baik
X4.P3	40	45.5%	25	28.4%	21	23.9%	2	2.3%	0	0%	90	375	4.17	75	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.6 hasil penelitian tanggapan dari 90 responden pada pernyataan pertama dan keempat mendapat total yang sama yaitu total skor 381 dan rata-rata 4,23. Pernyataan kedua mendapat total skor 386 dan rata-rata 4,29. Pernyataan ketiga mendapat total skor 375 dan rata-rata 4,17. Sehingga pernyataan pertama, kedua, dan ketiga termasuk dalam interpretasi baik.

Tabel 4. 7  
Hasil Variabel Minat Menggunakan

Pernyataan	Minat Menggunakan										N	Skor	Mean	TCR	Keterangan
	5		4		3		2		1						
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X1.P1	29	32.6%	60	67.4%	0	0%	0	0%	0	0%	90	388	4.31	78	Baik
X1.P2	51	56.7%	39	43.3%	0	0%	0	0%	0	0%	90	411	4.57	82	Baik
X1.P3	44	50%	44	50%	0	0%	0	0%	0	0%	90	405	4.50	81	Baik
X1.P4	32	35.6%	58	64.4%	0	0%	0	0%	0	0%	90	392	4.36	78	Baik

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil penelitian tanggapan dari 90 responden pada pernyataan pertama total skor 388 dan rata-rata 4,31. Pernyataan kedua mendapat total skor 411 dan rata-rata 4,57. Pernyataan ketiga mendapat total skor 405 dan rata-rata 4,50. Pernyataan keempat mendapat total skor 392 dan rata-rata 4,36. Sehingga pernyataan pertama, kedua, ketiga, dan keempat, termasuk dalam interpretasi baik.

### C. Teknik Analisis Data Penelitian

Pengolahan data dan analisis data pada penelitian ini menggunakan software program SPSS 26. Pengujian dilakukan terhadap 90 responden yang merupakan nasabah BRI unit manonda palu. Berikut adalah hasil pengujian validitas dan reliabilitas dari instrument penelitian:

#### 1. Uji Instrumen Data

##### a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menyatakan sejauh mana data yang didapatkan melalui instrumen penelitian (kuesioner) akan mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dengan cara mengorelasikan setiap skor butir

indikator dengan skor keseluruhan butir indikator terhadap variabel induknya.

Dengan membandingkan hasil output corrected item total correlation ( $r_{hitung}$ ) dengan  $r_{tabel}$  (nilai kritis) pada *degree of freedom*  $df = (n-2)$ , dimana n adalah jumlah sampel dan tingkat signifikansi atau *alpha* 5%.

Untuk mencari nilai  $r_{tabel}$  menggunakan tingkat signifikan 5% yaitu yaitu pada  $df$  (derajat kebebasan) sejumlah 90 nasabah dan  $r_{tabel}$  yang diperoleh pada penelitian ini adalah 0,207. Berikut tabel hasil uji validitas:

### **1. Perceived Usefulness (X<sub>1</sub>)**

Tabel 4. 8  
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Perceived usefulness

Variabel	Pernyataan	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Perceived usefulness(X1)</i>	p1	,614	0,205	Valid
	p2	,728		Valid
	p3	,621		Valid
	p4	,781		Valid
	p5	,760		Valid
	p6	,737		Valid
	p7	,721		Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji validitas diatas, hasil r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,207. Dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka dianggap tidak valid. Berdasarkan uji validitas yang dilakukan melalui program SPSS menghasilkan bahwa pernyataan 1 sampai 7 pada variabel *Perceived Usefulness* (X<sub>1</sub>) menunjukkan hasil yang valid. Oleh karena itu, keenam item pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

## 2. *Perceived Easy of Use (X<sub>2</sub>)*

Tabel 4. 9

Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Perceived Easy of Use

Variabel	Pernyataan	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Perceived easy of use (X<sub>2</sub>)</i>	p1	,918	0,205	Valid
	p2	,875		Valid
	p3	,865		Valid
	p4	,883		Valid
	p5	,868		Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji validitas diatas, hasil r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,207, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 5 pada variabel *Perceived Easy of Use (X<sub>2</sub>)* menunjukkan hasil yang valid. Oleh karena itu, delapan item pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

## 3. *Perceived Risk (X<sub>3</sub>)*

Tabel 4. 10

Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Perceived Risk

Variabel	Pernyataan	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
<i>Perceived Risk (X<sub>3</sub>)</i>	p1	,896	0,205	Valid
	p2	,944		Valid
	p3	,907		Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji validitas diatas, hasil r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,207, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 3 pada variabel *Perceived Risk (X<sub>3</sub>)* menunjukkan hasil yang valid. Oleh karena itu, delapan item pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

#### 4. Trust (X<sub>4</sub>)

Tabel 4. 11  
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Trust

Variabel	Pernyataan	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Trust (X <sub>4</sub> )	p1	,805	0,205	Valid
	p2	,960		Valid
	p3	,947		Valid

Sumber : Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji validitas diatas, hasil r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,207, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 3 pada variabel *trust* (X<sub>4</sub>) menunjukkan hasil yang valid. Oleh karena itu, delapan item pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

#### 5. Minat menggunakan (Y)

Tabel 4. 12  
Hasil Uji Validitas Terhadap Variabel Minat menggunakan

Variabel	Pernyataan	Pearson Corelation (r hitung)	r tabel	Keterangan
Minat (Y)	p1	,771	0,205	Valid
	p2	,736		Valid
	p3	,822		Valid
	p4	,852		Valid

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji validitas diatas, hasil r hitung atau *Corrected Item-Total Correlation* yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,207, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 4 pada variabel Minat (Y) menunjukkan hasil yang valid. Oleh karena itu, delapan item pernyataan kuesioner yang dinyatakan valid dapat di gunakan dalam pengumpulan data penelitian.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji seberapa andal hasil dari suatu pengukuran itu dapat dipercaya. Teknik dalam pengujian reliabilitas ini adalah menggunakan metode *cronbach's alpha*, jika nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar (>) dari 0,60 maka hasil yang diperoleh *reliable*. Berikut tabel hasil uji reliabilitas adalah:

Tabel 4. 13  
Hasil Uji Reliabilitas Terhadap Variabel Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
X1	,826	0,60	7	Reliable
X2	,928		5	Reliable
X3	,904		3	Reliable
X4	,940		3	Reliable
Y	,806		4	Reliable

Sumber: Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Dari hasil uji reliabilitas diatas pada tabel 4.12 menjelaskan bahwa variabel *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ) memperoleh nilai Cronbach alpha sebesar 0,826, *Perceived Easy of Use* ( $X_2$ ) sebesar 0,928, *Perceived Risk* ( $X_3$ ) sebesar 0,904, *trust* ( $X_4$ ) sebesar 0,940, dan Minat (Y) sebesar 0,806. Jika nilai *Cronbach's alpha* yang diperoleh lebih besar (>) dari 0,60, maka disimpulkan variabel *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ), *Perceived Easy of Use* ( $X_2$ ), *Perceived Risk* ( $X_3$ ), *Trust* sebesar 0,947 dan minat (Y) dapat dikatakan *reliable*. Dengan demikian pengelolaan data dapat dilanjutkan ke jenjang selanjutnya

## 2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang bertujuan untuk menemukan penyimpangan yang terjadi selama penelitian. Uji asumsi klasik dimaksudkan

untuk mengetahui apakah koefisien regresi yang didapatkan telah benar serta dapat diterima. Berikut adalah Uji asumsi klasik:

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data berdistribusi dengan normal ataupun tidak. Adapun pengujian dilakukan dengan metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS 26. Metode uji normalitas yang digunakan yaitu skor *asymp.sig*. Jika nilai *asymp.sig* > atau = 0,05 maka data tersebut dikatakan berdistribusi normal, akan tetapi jika nilai *asymp.sig* < 0,05 maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.<sup>17</sup> Hasil uji normalitas dapat diliat pada tabel berikut:

Tabel 4. 14  
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
N		Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07491219
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.032
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- 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 Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024*

---

<sup>17</sup> Sugiyono Dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan LISREL: Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2015), 454

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas, uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan *Significance asymp.sig* memperoleh hasil bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki distribusi normal. Hal ini dikarenakan nilai *Significance asymp.sig.* sebesar 0,200 yang lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas dan dapat dilanjutkan ke tahapan analisis berikutnya

### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Hasil yang diharapkan dalam uji ini adalah tidak adanya kolerasi antar variabel. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolonieritas antara lain dengan melihat nilai Tolerance dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Tolerance* < 0,1 atau *VIF* > 10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah multikolinieritas yang serius pada model regresi. Sedangkan, apabila nilai *Tolerance* > 0,1 atau *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas pada model regresi. Hasil Uji Multikolinieritas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 15  
Hasil Uji Multikolinieritas

<b>Variabel</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
<i>Perceived Usfulness</i> (X1)	.681	1.469
<i>Perceived Ease Of Use</i> (X2)	.662	1.511
<i>Perceived Risk</i> (X3)	.569	1.758
<i>Trust</i> (X4)	.531	1.884

Sumber : Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Berdasarkan tabel.4.15 diketahui setiap variabel independen memiliki nilai tolerance yaitu *Perceived Usefulness* (X<sub>1</sub>) dengan nilai *tolarance* 0,681, *Perceived*

*Easy of Use* ( $X_2$ ) dengan nilai *tolerance* 0,662, *Perceived Risk* ( $X_3$ ) dengan nilai *tolerance* 0,569, *Trust* dengan nilai *tolarance* 0,531 dan nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukan < 10. Oleh Karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antara keempat variabel bebas, yang ditunjukkan oleh nilai toleransi dan VIF yang memenuhi kriteria.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya ketidaksamaan variabel dari satu residual pengamatan ke pengamatan lainnya dalam suatu model regresi maka dilakukan uji heteroskedastisitas.

Tabel 4. 16  
Hasil Uji Heterokedastisitas

		Correlations					
			Perceived usefulness	Perceived easy of use	Perceived Risk	Trust	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Perceived usefulness	Correlation Coefficient	1.000	.484**	.387**	.413**	.055
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.606
		N	90	90	90	90	90
	perceived easy of use	Correlation Coefficient	.484**	1.000	.405**	.463**	.030
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.781
		N	90	90	90	90	90
	perceived risk	Correlation Coefficient	.387**	.405**	1.000	.622**	.022
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.840
		N	90	90	90	90	90
	trust	Correlation Coefficient	.413**	.463**	.622**	1.000	-.003
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.975
		N	90	90	90	90	90
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.055	.030	.022	-.003	1.000
		Sig. (2-tailed)	.606	.781	.840	.975	.
		N	90	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dikatakan bahwa nilai variabel  $X_1$  dikatakan homogen karena memiliki nilai signifikan  $0,606 > 0,05$ , yang berarti variabel *Perceived Usefulness* tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Pada variabel  $X_2$  nilai signifikan  $0,781 > 0,05$  yang berarti variabel *Perceived Easy of Use* termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan variable  $X_3$  dengan nilai signifikan  $0,840 > 0,05$  yang berarti variabel *Perceived Risk* termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan variable  $X_4$  dengan nilai signifikan  $0,975 > 0,05$  yang berarti variabel *Trust* termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas pada setiap variabel karena nilai signifikan setiap variabel lebih dari 0,05.

### **3. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu

Rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

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

Keterangan:

$Y$  : Keputusan Nasabah

$a$  : intercept atau konstanta

$X_1$  : *perceived Usefulness*

$X_2$  : *perceived Easy of Use*

$X_3$  : *Perceived Risk*

$X_4$  : *Trust*

$b_1, b_2, b_3$  : koefisien regresi

$e$  : Standar *eror* atau kesalahan prediksi

Berikut ini adalah hasil pengolahan data yang dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 26:

Tabel 4. 17  
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.340	1.288		.000
	Perceived usefulness	.195	.052	.344	.000
	perceived easy of use	.073	.040	.169	.072
	perceived risk	.130	.059	.219	.031
	trust	.119	.064	.190	.069

a. Dependent Variable: minat

Sumber : Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024

$$Y = 7.340 + 0.195X_1 + 0.073X_2 + 0.130 X_3 + 0.119X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel yang mana variabel  $X_1$  (*Perceived Usefulness*) memiliki arah positif, variabel  $X_2$  (*Pereceived Easy of Use*), variabel  $X_3$  (*Perceived Risk*) dan variabel  $X_4$  (*Trust*) terhadap variabel dependen (Minat Nasabah gen X). hasil perhitungan diatas dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta 7.340 yang artinya jika variabel independen yang terdiri dari variabel *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ), *Perceived Easy of Use* ( $X_2$ ), *Perceived Risk* ( $X_3$ ) dan *Trust* ( $X_4$ ) dianggap sama dengan nol, maka variabel minat nasabah generasi X (Y) meningkat sebesar 7.340
- 2) Nilai koefisien *Perceived Usefulness* bernilai positif sebesar 0.195 yang pada variabel perceived usefulness mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel *perceived usefulness* ( $X_1$ ) maka peningkatan minat generasi X dalam menggunakan BRIMO sebesar 19,5%

- 3) Nilai koefisien *Perceived Easy of Use* bernilai positif sebesar 0.073 yang berarti ketika nilai perceived easy of Use mempunyai makna searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel *perceived Easy of Use* (X2) maka peningkatan minat generasi X dalam menggunakan BRIMO sebesar 73%
- 4) Nilai koefisien *Perceived Risk* bernilai positif sebesar 0.130 pada variabel *perceived risk* mempunyai makna yang searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel *perceived risk* (X3) maka peningkatan minat generasi X dalam menggunakan BRIMO sebesar 13%
- 5) Nilai koefisien *Trust* bernilai positif sebesar 0.119 pada variabel *trust* mempunyai makna yang searah, artinya bahwa setiap terjadinya peningkatan satu satuan variabel *trust* (X4) maka peningkatan minat generasi X dalam menggunakan BRIMO sebesar 11,9%

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)**

Uji F atau dikenal dengan uji simultan adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat secara bersamaan. Untuk melihat apakah hasil tersebut simultan yaitu menggunakan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ , apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan taraf signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti secara simultan variabel independen mempengaruhi variabel terikat, dan sebaliknya. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 18  
Hasil Uji Pengaruh Bersama-sama (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.766	4	27.692	22.889
	Residual	102.834	85	1.210	
	Total	213.600	89		

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), trust, Perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk

Sumber : *Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024*

Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$  Dengan menggunakan tingkat kesalahan 5% uji 2 pihak,  $df_1$  (jumlah variabel-1) atau  $5-1 = 4$ , dan  $df_2$  ( $n-k-1$ ) atau  $90-5-1 = 84$  ( $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen), hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 2,473.

Berdasarkan pada tabel 4.16 diatas menunjukkan hasil uji F diketahui bahwa pada tabel Anova nilai  $F_{hitung}$  bernilai 22.889 karena nilai F tersebut lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 2,473 dan nilai Sig. 0.000<sup>b</sup> lebih kecil dari 0.05 dapat disimpulkan bahwa variabel variabel *Perceived Usefulness* ( $X_1$ ), *Perceived Easy of use* ( $X_2$ ), *Perceived Risk* ( $X_3$ ), dan *Trust* ( $X_4$ ) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Minat Menggunakan Brimo).

### **b. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)**

Uji t juga digunakan untuk menentukan apakah setiap variabel independen secara individual memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel dependen atau tidak. Hasil dari uji t sebagai berikut:

Tabel 4. 19  
Hasil Uji Pengaruh Parsial (Uji T)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	7.340	1.288		5.698	.000
Perceived usefulness	.195	.052	.344	3.769	.000
perceived easy of use	.073	.040	.169	1.825	.072
perceived risk	.130	.059	.219	2.198	.031
Trust	.119	.064	.190	1.843	.069

a. Dependent Variable: minat

Sumber: *Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024*

Berdasarkan Pada tabel uji t, untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yaitu:

- 1) Variabel X<sub>1</sub> (*Perceived Usefulness*) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 3,769 lebih besar dari t<sub>tabel</sub> 1,988 dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima. Artinya *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo
- 2) Variabel X<sub>2</sub> (*Perceived Easy of use*) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 1,825 lebih kecil dari t<sub>tabel</sub> 1,988 dan nilai signifikan 0,072 lebih besar dari 0,05 maka H<sub>2</sub> ditolak. Artinya *perceived easy of use* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo
- 3) Variabel X<sub>3</sub> (*Perceived risk*) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,198 lebih besar dari t<sub>tabel</sub> 1,988 dan nilai signifikan 0,031 lebih kecil dari 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima. Artinya *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo
- 4) Variabel X<sub>4</sub> (*Trust*) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 1,843 lebih kecil dari t<sub>tabel</sub> 1,988 dan nilai signifikan 0,069 lebih besar dari 0,05 maka H<sub>4</sub> ditolak. Artinya *trust*

tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

### 5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui berapa persentase pengaruh variabel independen, dan variabel dependen dengan mengkuadratkan koefisien yang diperoleh. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan perhitungan statistik oleh SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 4. 20  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.496	1.09991

a. Predictors: (Constant), trust, perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk

Sumber: *Data Primer Diolah dari Output SPSS.26 2024*

Berdasarkan tabel 4.20, diperoleh nilai *Adjusted R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,496 dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan variabel *Perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk*, dan *trust* (variabel bebas) dapat menjelaskan 49,6% mempengaruhi variabel minat mahasiswa, sedangkan 50,4% lainnya dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa standar deviasi atau *standar error of the estimated* sebesar 1,919, mengindikasikan bahwa semakin kecil nilai standar deviasi, maka semakin akurat model dalam memprediksi minat nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *Perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk*, dan *trust* memiliki hubungan yang erat dan secara signifikan mempengaruhi minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Easy of Use*, *Perceived Risk*, *Trust* dan Minat generasi X. Berikut Hasil Pengujian yang dilakukan dengan bantuan SPSS 26:

##### **1. Pengaruh *perceived Usefulness* terhadap minat menggunakan BRImo pada BRI unit manonda palu**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *perceived usefulness* dapat mempengaruhi minat nasabah generasi x dalam menggunakan aplikasi brimo . Berdasarkan uji T yang bertujuan untuk membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , dimana Variabel  $X_1$  (*Perceived Usefulness*) terhadap Y (Minat Generasi X dalam menggunakan brimo) Berdasarkan Uji T, pada variabel Pada *Perceived Usefulness* nilai  $T_{hitung}$  3,400 sedangkan nilai  $T_{tabel}$  1,988. Sehingga  $T_{hitung}$   $3,769 > T_{tabel}$  1,988 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_1$  diterima. Artinya secara *perceived usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Artinya semakin tinggi tingkat trust maka akan semakin baik minat nasabah dalam menggunakan aplikasi brimo. Hal ini dikarenakan nasabah generasi x sudah mengetahui dan

Pengaruh Manfaat Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna *Mobile Banking* Hasil dari uji t diperoleh bahwa thitung sebesar 3,198 dan ttabel sebesar 1,985, maka dinyatakan bahwa thitung  $>$  ttabel ( $3,198 > 1,985$ ) dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa variabel manfaat dari penggunaan BRI *mobile banking* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di Kota Semarang. Manfaat yang ada pada layanan BRI *Mobile Banking*

seperti meningkatkan produktivitas serta kinerja seseorang dan juga bermanfaat bagi penggunanya maka mempengaruhi kepuasan nasabah. Apabila seseorang merasa bahwa *mobile banking* berguna bagi dirinya maka ia akan terus menggunakannya. Semakin baik manfaat yang diberikan pada aplikasi tersebut maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah (Mentari). Hasil dari penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Pranoto dan Setianegara, Ramayani et al., Gusmana, Sulkanain et al., dan Zalecha. yang menjelaskan bahwa variabel manfaat secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah<sup>18</sup>

## **2. Pengaruh Persepsi Kemanfaatan Terhadap Minat Menggunakan M-Banking**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yanuardinda yang membuktikan bahwa persepsi kemanfaatan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini berarti manfaat yang dirasakan responden pada penelitiannya lebih besar daripada kerugian yang didapat, sehingga responden memiliki persepsi yang kuat atas manfaat menggunakan *mobile banking*, dengan begitu akan berpengaruh terhadap minat untuk menggunakannya<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> Aulia Septiana Shafira, Aris Sunindyo, Septian Yudha Kusuma, Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Manfaat, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan BRIMO di Kota Semarang, *Jurnal Ilmiah Research and Development Student (JIS)*, Vol.1, No.2 September 2023

<sup>19</sup> Yanuardinda, Cornezzia 2014. Analisis Determinan Minat Keperilakuan Dalam Menggunakan Mobile Banking. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya. (Skripsi Tidak Terpublikasi).

### **3. Pengaruh *perceived easy of use* terhadap minat menggunakan brimo pada unit BRI manonda palu**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *perceived easy of use* dapat mempengaruhi minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Berdasarkan uji T yang bertujuan untuk membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , dimana Variabel  $X_1$  (*Perceived Easy of Use*) terhadap Y (Minat Generasi X dalam menggunakan brimo) Berdasarkan Uji T, pada variabel Pada *Perceived easy of use* nilai  $T_{hitung}$  1,825 sedangkan nilai  $T_{tabel}$  1,988. Sehingga  $T_{hitung} 1,825 > T_{tabel} 1,988$  dan signifikansi  $0,072 < 0,05$  maka maka  $H_2$  ditolak. Artinya secara parsial *Perceived easy of use* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi x dalam menggunakan aplikasi brimo. Dengan melihat uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui variabel *perceived easy of use* tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara parsial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo.

Hasil hipotesis pertama diperoleh bahwa *Perceived Easy of Use* tidak berpengaruh signifikan terhadap Intention to Reuse Go-Pay di Jakarta. Temuan mendukung hasil penelitian Hatammimi dan Humbani & Wiese. Variabel *Perceived Easy of Use* tidak mempengaruhi keinginan konsumen untuk menggunakan kembali dompet digital dapat disebabkan masyarakat terutama di Jakarta yang tidak merasa kesulitan walaupun tidak menggunakan dompet digital untuk melakukan pembayaran. Hal ini karena uang tunai yang masih dibutuhkan hampir dalam setiap kegiatan transaksi. Dengan kata lain, masih banyak merchant yang belum menerima pembayaran secara digital. Selain itu juga karena adanya

faktor external seperti internet di Indonesia yang sering tidak mendukung sehingga kadang tidak memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi serta banyaknya pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan fungsi dan kegunaan yang lebih banyak.<sup>20</sup>

Pengaruh persepsi kemudahan terhadap intensitas penggunaan Dari hasil uji hipotesis persepsi kemudahan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap intensitas penggunaan pada pengguna aplikasi BRIMo. Hal ini berarti bahwa saat pengguna BRIMo di Gunungpati merasa tingkat kemudahan penggunaan tinggi ternyata tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya kemudahan penggunaan layanan BRIMo, tidak membuat pengguna sering untuk menggunakan aplikasi tersebut untuk bertransaksi. Penelitian ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayah), bahwa kemudahan penggunaan yang diberikan kepada pengguna dapat mempengaruhi pernyataan sikap seseorang dalam menggunakan teknologi.

Hasil dari kuisioner juga menghasilkan deskripsi yang dapat menggambarkan hubungan antara persepsi kemudahan aplikasi BRIMo terhadap intensitas penggunaan. Dari segi kemudahan yang diberikan oleh BRIMo seperti layout interface dan kemudahan menggunakan fitur-fitur didalamnya tidak membuat intensitas penggunaan BRIMo juga meningkat juga.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Carunia Mulya Firdausy, Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use dan Trust Terhadap Minat Komsumen dalam Penggunaan Ulang GO-PAY di Kota, Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan /Volume 5/No.1/Januari - 2021

<sup>21</sup> Furqon Ahmadi Soegiyatno, Persepsi Kemudahan Penggunaan, diskon harga dan persepsi privasi terhadap intensitas penggunaan aplikasi brimo (*E-BANKING*)

#### **4. Pengaruh Tidak Langsung Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Keputusan (Y) melalui Kepercayaan (Z)**

Hasil uji hipotesis menggunakan uji sobel atau sobel test diperoleh hasil bahwa Kemudahan Penggunaan (X3) terhadap Keputusan (Y) melalui Kepercayaan (Z) memiliki nilai sobel atau nilai Z sebesar 1,390, karena nilai Z yang diperoleh sebesar  $1,390 < 1,96$  dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 maka membuktikan bahwa Kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan penggunaan. yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Krempel & Beyerer (dalam Asja et al) persepsi kemudahan penggunaan menunjukkan sejauh mana seseorang menemukan sistem atau teknologi yang mudah digunakan.

Hal tersebut dibuktikan dengan penggunaan BSI Mobile mudah dipahami dan mudah dikontrol seuai dengan yang dirasakan oleh nasabah BSI yang menggunakan BSI Mobile di wilayah Tangerang Selatan. Namun, masih terdapat responden yang tidak setuju dengan pernyataan bahwa BSI Mobile mudah dipelajari dan nasabah masih menemukan kesulitan dalam menggunakan BSI Mobile.<sup>22</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian Hidajat & Setiawan yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan kemudahan penggunaan terhadap keputusan dengan t value  $0,689 < 1,96$ . Artinya, kemudahan penggunaan bukan suatu hal yang menjadi pertimbangan nasabah untuk mempercayai dan memutuskan dalam menggunakan aplikasi.

---

<sup>22</sup> Della Aprianisa, Pengaruh Manfaat, Keamanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap keputusan Menggunakan Mobile Banking dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Itervening (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia yang Berdomisili di Tangerang Selatan)

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, kemudahan penggunaan tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan dan kepercayaan tidak memediasi antara manfaat terhadap keputusan nasabah menggunakan BSI Mobile. Dengan hal ini, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mampu memediasi kemudahan penggunaan terhadap keputusan. Oleh karena itu, dalam mencapai kepercayaan nasabah serta keputusan nasabah Bank Syariah Indonesia lagi-lagi harus meningkatkan kemudahan penggunaan BSI Mobile. baik dalam meningkatkan kemudahan untuk dipelajari dan dipahami oleh nasabah serta keamanan pada BSI Mobile. Hal ini agar terciptanya nasabah yang percaya dengan kemudahan penggunaan BSI Mobile kemudian dapat memutuskan untuk menggunakan BSI Mobile.

## **5. Pengaruh *Perceived Risk* terhadap minat menggunakan brimo pada unit BRI manonda palu**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *perceived risk* dapat mempengaruhi minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Berdasarkan uji T yang bertujuan untuk membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , dimana Variabel  $X_1$  (*Perceived risk*) terhadap Y (Minat Generasi X dalam menggunakan brimo) Berdasarkan Uji T, pada variabel Pada *Perceived risk* nilai  $T_{hitung}$  1,120 sedangkan nilai  $T_{tabel}$  1,988. Sehingga  $T_{hitung}$  2.198 >  $T_{tabel}$  1,988 dan signifikansi  $0,031 < 0,05$  maka  $H_3$  diterima. Artinya secara *perceived risk* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Artinya semakin tinggi tingkat *perceived risk* maka akan semakin baik minat nasabah dalam menggunakan aplikasi brimo.

Pengaruh Risiko Transaksi (X3) terhadap Minat Ulang Menggunakan *Mobile banking* (Y). Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi 0,221 dengan nilai p-value sebesar 0,026 (< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel risiko transaksi (X3) memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* (Y). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa risiko transaksi berpengaruh positif terhadap minat ulang nasabah menggunakan *mobile banking* terdukung. Hal ini menunjukkan penggunaan *mobile banking* tidak memiliki risiko yang tinggi. Bank menjamin keamanan layanan *mobile banking* dari bahaya virus dan keamanan data nasabah. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Amijaya dan Supriyadi yang menyatakan risiko transaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat ulang menggunakan internet banking<sup>23</sup>

Pengaruh Risiko Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile banking* BNI Syariah. Berdasarkan dari tabel koefisien uji statistik t, nilai thitung untuk variabel risiko (X2) adalah sebesar -5.971 sedangkan t tabel sebesar 1,985. Maka dapat diketahui thitung<t tabel dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan resiko berpengaruh secara signifikan terhadap penggunaan layanan *mobile banking* BNI syariah studi kasus pada nasabah BNI kantor cabang madiun<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Riski Aryandi, Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan Penggunaan, Risiko Transaksi dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Menggunakan Mobile Banking (Studi pada nasabah bank BRI di Kota Purworejo)

<sup>24</sup> Nadia Permata Yoni, Pengaruh Kemudahan Penggunaan , Risiko dan Kepercayaan terhadap Penggunaan Layanan Mobile Banking Bank BNI SYARIAH Kantor Cabang Kota Madiun

Hasil penelitian ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Aldhisa Amanda Sebayang 2017 berjudul “Pengaruh Risko, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaam dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap Penggunaan Layanan *Mobile banking*”. Dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan persepsi Risiko berpengaruh secara signifikan pada kepuasan nasabah sehingga mendukung dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian.<sup>25</sup>

## **6. Pengaruh Persepsi Resiko Terhadap Minat Menggunakan M-Banking**

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan *mobile banking*. Hal ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Amijaya yang membuktikan bahwa persepsi resiko berpengaruh signifikan terhadap minat ulang nasabah dalam menggunakan internet banking. Hal ini didasari atas besarnya resiko yang dipersepsikan, keamanan transaksi yang dipersepsikan, kebutuhan transaksi dan jaminan keamanan dari bank yang dipersepsikan. Meskipun penelitian ini memiliki perbedaan pada fokus penelitian yang sedang dilakukan saat ini, akan tetapi terdapat kesamaan pada kemampuan persepsi resiko dalam mempengaruhi minat untuk menggunakan suatu teknologi informasi.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup> Ibid

<sup>26</sup> Giga Bawa Laksana, Endang Siti Astuti, Rizki Yudhi Dewantara, Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol. 26 No. 2 September 2015

## 7. Pengaruh *Trust* terhadap minat menggunakan aplikasi brimo pada BRI unit manonda palu

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana trust dapat mempengaruhi minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Berdasarkan uji T yang bertujuan untuk membandingkan nilai  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$ , dimana Variabel  $X_4$  (*Trust*) terhadap Y (Minat Generasi X dalam menggunakan brimo) Berdasarkan Uji T, pada variabel Pada *trust* nilai  $T_{hitung}$  1.843 sedangkan nilai  $T_{tabel}$  1,988. Sehingga  $T_{hitung}$  1.843 >  $T_{tabel}$  1,988 dan signifikansi  $0,069 < 0,05$  maka  $H_4$  ditolak. Artinya secara parsial *trust* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo. Dengan melihat uji t yang telah dilakukan, dapat diketahui variabel *trust* tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara pasial terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo.

Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan penggunaan berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dikatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Hal ini dapat dilihat pada pengujian yang telah dibahas sebelumnya dan dibuktikan dengan output dimana t hitung kurang dari t tabel I ( $0,510 > 1,984$ ) atau signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $0,611 < 0,05$ ). Dari pengujian tersebut maka disimpulkan bahwa kepercayaan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan. Dari hasil penelitian bahwa jawaban responden yang menggunakan BRI Mobile (BRImo) masih belum percaya dengan adanya keamanan yang diberikan BRI mobile (BRImo) dalam transaksi keuangan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Maria Trecia Dayan

dengan hasil kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Hal ini rasa percaya da keamanan BRI Mobile (BRImo) masih menjadi alasan bagi nasabah untuk memutuskan menggunakan BRImo.<sup>27</sup>

E-trust ( $X_3$ ) terhadap loyalitas e-customer (Y). Mendapatkan nilai 0,467 > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara e-trust ( $X_3$ ) terhadap loyalitas e-customer (Y). Martinez dan Baosque (2013) mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai keyakinan bahwa penyedia produk atau layanan dapat menjalankan amanah untuk berperilaku sedemikian rupa sehingga kepentingan jangka panjang konsumen dapat terpenuhi. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMG memiliki keyakinan yang baik dalam menggunakan E-Banking Brimo yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, artinya sebagian responden merasa bahwa layanan yang diberikan BRImo secara offline maupun online tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Ika Susulowati, Siti Solehatun, Pengaruh E- Service Quality, Kepercayaan dan Kemudahan terhadap keputusan penggunaan BRI MOBILE (BRIMO) pada nasabah BRI kebumen, *Journal of Digital Business and Management*

<sup>28</sup> Widyah Indah Maghfiroh, Abdurahman Faris Indriyah Himawan, Sukaris, Wenti Krisnawati, Pengaruh E-Service Quality E-Trust dan E-Satisfaction terhadap E-Customer Loyality pada pengguna BRI Mobile (BRImo) *Jurnal Riset Ilmiah Volume.1, No.2 Oktober 2022*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. *Kesimpulan***

Penelitian bertujuan untuk menjelaskan analisis minat generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo pada BRI Unit Manonda Palu. Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis pada penelitian ini, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah sebagai berikut :

1. *Perceived Usefulness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu
2. *Perceived Easy of Use* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu
3. *Perceived Risk* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu.
4. *Trust* secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap minat nasabah generasi X dalam penggunaan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu.
5. *Perceived Usefulness, perceived Easy of Use, perceived Risk, dan trust* berpengaruh secara simultan terhadap variabel minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo pada bri unit Manonda Palu.

## **B. Saran**

Peneliti menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan penulisan dan hasil pada penelitian ini. Sehingga, peneliti memberikan saran agar mendapat gambaran sebagai bahan pertimbangan dan penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait peneliti serupa. Berikut saran pada peneliti ini:

1. Bagi penulis diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi tambahan mengenai analisis minat generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo dan memperoleh pengalaman dalam melakukan penelitian ini.
2. Bagi pihak bank, diharapkan dapat lebih meningkatkan dalam memasarkan produknya agar dapat memperluas pemahaman dan pengetahuan nasabah generasi X sehingga menarik minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo, mengoptimalkan fitur transaksi , dan layanan pelanggan yang responsif dan efisien. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan minat nasabah generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo.
3. Bagi peneliti selanjutnya masih sangat terbuka peluang untuk melakukan penelitian yang sama dan disarankan memilih atau menambahkan varibel yang lain, sehingga peneltian ini dapat berkembang dan mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat mempengaruhi minat generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Somali, S. A., Gholami, R., & Clegg, B. “An Investigation into the Acceptance of Online Banking in Saudi Arabia.” *Technovation* 29, no. 2 (2009): 130–141. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2008.08.002>.
- Alif Ainul Khatimah Sulmi and others. “Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar).” *Journal IBEF: Islamic Banking, Economic and Financial Journal* 1, no. 2 (2021): 59–73.
- Bastian Amanullah. “Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Dan Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking.” *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro* (2014): 27.
- Davis, Fred D., Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models.” *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.
- Davis, F. D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *Management Information Systems Research Center* 13, no. 3 (1989): 319–340.
- Davis, Fred D. “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology.” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–339.
- Dewi, N., & Warmika, I. “Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Unud* 5, no. 4 (2016).
- Dhea Nadhifah Arum, Yenni Nuraeni. “Analisis Efektivitas Iklan Online E-SBN BRImo Terhadap Minat Generasi Milenial Dengan Metode EPIC Model” 3 (2023): 1.
- Dwi Mastia Harlan. “, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Resiko Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan E-Banking”.” *Skripsi, Akuntansi, Yogyakarta* (2014): 44.
- Edwina Nisrina Salsabila, Hety Mustika Ani, Mukhamad Zulianto. “Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Minat Penggunaan Brimo (BRI Mobile) (Pada Pedagang Sembako Di Pasar Tanjung Kabupaten Jember)” (2023): 207.

- Erlangga Andi Sukma, Musthofa Hadi, and Farika Nikmah. "Effect Of Technology Acceptance Model (Tam) And Trust Towards Intension Of Instagram Users." *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis* 4, no. 2 (2019): 12–21.
- Farizi, Hadyan dan Syaefullah, MM, Akt. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Persepsi Resiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Internet Banking'." *Jurnal Akuntansi Universitas Brawijaya Malang*. (2013).
- Febby Nanda Utami , Yossinomita, Nia Rahayu. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease of Use Terhadap Continuance Intention to Use Mobile Banking Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Bank Jambi Mobile." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 2 (2022).
- Fian, Junai Al. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 4.
- Fian, Junai Al, and Tri Yuniati. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 1–18.
- Fred D. Davis, Richard P. Bagozzi, and Paul R. Warshaw. "User Acceptance of Information Technology: A Comparison of Two Theoretical Models." *Management Science* 35, no. 8 (1989): 982–1003.
- Gia Ardila, Zul Azmi. "Upaya Meningkatkan Pemahaman Nasabah Terhadap Penggunaan BRI Mobile PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) Di Kantor Kas Chevron Rumbai Pekanbaru" 2, no. 1 (2023): 21.
- Heri. *Selaku Supervisor Di Bank BRI Unit Mnaonda Palu*. "Wawancara" Bank BRI Unit Manonda Palu, 2025.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- Irwan Tirtana, Shinta Permata Sari. "Analisis Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Dan Kepercayaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking.'" *Seminar Nasional dan Call For Paper Program Studi Akuntansi FEB-UMS* (2014).
- Jusuf Soewadji. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. "Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Surah Ar-Rahman: Ayat 33." Diakses Dari <Https://Quran.Kemenag.Go.Id>.

- Komalasari C. *Metode Penelitian Pendidikan*, Universitas Terbuka. Cet. II. Jakarta, 2011.
- Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Cet. X. Jakarta, 2020.
- Kotler and Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management. 15th Edition*. New Jersey: Pearson, 2016.
- Kresna,l., l. Gede Sarjana. "Analisis Minat Nasabah Dalam Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Model TAM Pada Bank BRI Kantor Cabang Renon." *Diss. Politeknik Negeri Bali* (2023).
- Kumar et al. "A Study on Factors Influencing Consumer Buying Behavior in Cosmetic Products". *International Journal of Scientific and Research Publications* 4, no. 9 (1994).
- Laksana, G., Astuti, E., & Dewantara, R. "Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko Dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Kantor Cabang Rembang, Jawa Tengah)." *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 26, no. 2 (2015): 86309.
- Mentari Wilis Wijayanti dkk. "Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Behaviour Intention to Used BRI Digital Banking Pada Agen Brilink Pt. Bank Rakyat Indonesia Tbk Kantor Cabang Magelang" 13 (2019): 1.
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Allah Pitchay, A. Bin, Mohd Thas Thaker, H. Bin, & Amin, M. F. Bin. "Factors Influencing Consumers' Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Malaysia: An Approach of Partial Least Squares (PLS)." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (2019): 1037–1056. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0065>.
- Muhammad Iqbal Arya Putra and Ratna Candra Sari. "Pengaruh Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi* 8, no. 8 (2020): 1–2.
- Nadiatul Khaira, Hanifah Muslimah Az-Zahra, Alfi Nur Rusydi. "Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Dengan Metode UX Curve (Studi Kasus : BRI Mobile Banking)" (2022): 104.
- Nasution. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Cet. II. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.

- Nur Andayani, Basri Modding, Amir Mahmud. "Pengaruh Persepsi, Layanan Dan Keamanan Sistem Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking"" 7, no. 2 (2020).
- Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, Abdul Jalil, Jurusan Perbankan Syariah, Fkultas Ekonomi, Bisnis Islam, and Iain Palu. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)." *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020). <https://doi.org/https://doi.org/10.24239/jsi.v1>.
- Nursiah, Nursiah, Muh Ferils, and Jamaludin Kamarudin. "Analisis Minat Menggunakan Mobile Banking." *Akuntabel: Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 19, no. 1 (2022): 91–100.
- Pibriani, Andre Mayjeksen and Desi. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Pengguna Terhadap Pengguna Aplikasi Belanja Online XYZ." *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi* 7 (2020): 80–92.
- Pratiwi, E. F. D., Subekti, I., & Fuad, A. F. "Determinan Perilaku Nasabah Pengguna Mobile Banking: Model Decomposed Theory of Planned Behavior." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 19, no. 3 (2017). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i3.1775>.
- Rahmadani, Liza. "Analisis Minat Penggunaan Aplikasi M-Syariah Dengan Kerangka Technology Acceptance Model (TAM) Pada Mahasiswa/I UINSU" (n.d.).
- Rahmansyah , Syobri Tri. "Analisis Minat Pelajar Muslim Dalam Menggunakan Mobile Banking." (2023).
- Santi Johana Sibuea, Dolores Oktavianthy, and Agus Edy Rangkuti. "Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi Ovo." *Jurnal Konferensi Nasional Sosial Dan Engineering Politeknik Negeri Medan* (2021): 635–45.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- \_\_\_\_\_. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Ed. Ke-14. Bandung: Alfabeta, 2016.
- \_\_\_\_\_. *Statistika Untuk Penelitian*. Cet. XXIX. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Urick, M. J., & Hollensbe, E. C. "What Managers Need to about Generation X and Generation Y." *The Health Care Manager* 28, no. 4 (2009): 267–275. <https://doi.org/10.1097/HCM.0b013e3181c97f86>.

Venkatesh, Viswanath, Jamea y.L Thong, and Xin Xu. "Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology by Viswanath Venkatesh, James Y.L. Thong, Xin Xu :: SSRN." *MIS Quarterly* 36, no. 1 (2012): 157–178. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2002388](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2002388).

Viswanath Venkatesh and Fred D. Davis. "Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies." *Jurnal Management Science* 46, no. 2 (2000): 186–204.

V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023.

*Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, 2011.

## LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN

### B. Petunjuk

Pilih salah satu jawaban optional pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) atau tanda check list (✓)

1. Apakah Anda mengenal atau mengetahui mengenai layanan BRImo yang diperkenalkan oleh bank BRI?  
 Ya  Tidak
2. Jika Iya, dari mana Anda mengenal atau mengetahui informasi mengenai layanan BRImo?

### A. Persepsi Manfaat (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Layanan BRImo akan membuat kinerja saya lebih baik dari hari ke hari.					
	Menggunakan M- Banking (BRImo) membuat saya melakukan transaksi lebih mudah.					
2	Menggunakan M- Banking (BRImo) meningkatkan produktivitas saya.					
	Menggunakan M - Banking (BRImo) membuat pekerjaan saya lebih mudah.					
3	Penggunaan Rekening Ponsel mampu meningkatkan efektivitas kinerja saya.					
4	Menggunakan M - Banking (BRImo) membuat transaksi dan mengetahui info lebih cepat dan tidak membuang – buang waktu saya.					
	Secara keseluruhan, saya merasakan sistem M- Banking (BRImo) bermanfaat dalam pekerjaan saya.					

3	Saya merasa menggunakan M - Banking (BRImo) dapat dikendalikan atau dioperasikan dengan mudah.					
5	Secara keseluruhan, saya merasa mudah untuk menggunakan M - Banking (BRImo)					-

**C. Resiko**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Banyak kendala yang timbul dalam penggunaan aplikasi BRIMO					
2	Menurut saya pihak aplikasi BRIMO sudah memberikan solusi dari berbagai kendala yang dirasakan					
3	Solusi yang diberikan pihak aplikasi BRIMO sangat efektif dan tepat					

**D. Kepercayaan**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya percaya sistem mobile payment dapat diandalkan					
2	Saya percaya sistem mobile payment aman					
3	Saya percaya sistem mobile payment terpercaya					

**E. Minat menggunakan**

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya tertarik menggunakan ponsel dalam bertransaksi yang melibatkan jasa perbankan seperti pada layanan aplikasi BRImo.					
2	Saya berkeinginan untuk terus menggunakan layanan BRImo di masa yang akan datang.					
3	Saya akan menggunakan aplikasi BRImo dalam jangka waktu lebih dari satu tahun					
4	Saya akan terus menggunakan BRImo karena mengurangi saya menggunakan uang tunai					

## LAMPIRAN II SURAT IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU  
جامعة داتوكاراما الإسلامية بمالو  
STATE ISLAMIC UNIVERSITY DATOKARAMA PALU  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Diponegoro No.23 Palu. Telp. 0451-460783, Fax. 0451-460165  
Website: www.iainpalu.ac.id email: humas@iainpalu.ac.id

Nomor : 2241 /Un.24/F.V/PP.00.9/06/2024  
Sifat : Penting  
Lampiran : -  
Hal : Izin Penelitian

Palu, JUNI 2024

Kepada Yth.  
Pimpinan Bank BRI Unit Manonda Palu  
di -  
tempat

Walamu Atalkum Wr. Wb.

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

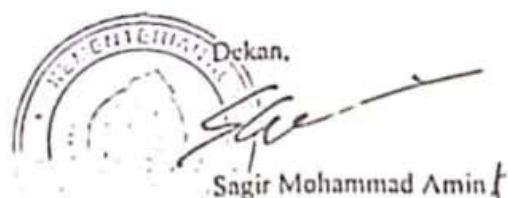
Nama	:	Rahmasari
NIM	:	205.15.0083
TTL	:	Pangalasiang, 07 juli 2002
Semester	:	VIII (Delapan)
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi	:	Perbankan Syariah
Alamat	:	Jln. Cemangi

Untuk melakukan Penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul: "Analisis Minat Generasi X dalam menggunakan aplikasi brimo pada BRI unit manonda palu"

Untuk maksud tersebut diharapkan kiranya kepada yang bersangkutan dapat diberikan izin untuk melakukan Penelitian di Bank BRI Unit Manonda Palu

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

Wassalam.

  
Dekan,  
Sagir Mohammad Amin

**LAMPIRAN III Data Tabulasi**

No.	Perceived usefulness (X1)						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7
1	5	5	5	5	5	4	5
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	5	5	5	4	4
10	5	5	5	5	4	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	5	5	5
15	3	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	4	4	4
17	3	3	4	4	4	4	3
18	4	4	4	5	5	5	5
19	4	3	4	3	4	4	4
20	4	4	5	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	5
22	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	5	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	5	5	4
26	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	3	4
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	3
31	5	5	5	4	4	4	4
32	5	4	5	5	4	4	4
33	4	4	4	4	5	4	4
34	5	4	5	4	4	4	4
35	4	4	4	5	4	4	5
36	5	4	4	5	5	5	5
37	5	5	4	5	5	5	5

38	4	4	4	5	4	5	4
39	5	5	4	5	4	4	5
40	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	5	4	4	4	4
42	5	5	4	4	5	4	5
43	5	5	4	5	5	5	4
44	5	4	4	4	4	4	5
45	5	5	5	4	4	4	4
46	4	4	4	4	3	4	3
47	5	5	4	4	4	4	4
48	4	4	5	4	3	4	4
49	4	4	5	4	3	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	4	4	4	4	4
52	4	4	5	4	4	4	2
53	5	5	4	4	4	4	2
54	5	5	5	4	4	4	4
55	4	5	4	4	4	4	4
56	5	4	5	4	4	4	3
57	4	4	5	4	4	4	3
58	5	5	5	4	4	4	4
59	5	5	5	4	4	4	4
60	5	4	4	4	4	4	2
61	4	4	4	4	4	4	5
62	5	5	4	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	5	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	2
67	4	4	5	5	5	5	5
68	5	4	5	4	4	4	4
69	5	5	4	4	4	4	3
70	4	5	4	4	4	4	3
71	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4
73	3	3	3	4	4	4	3
74	4	4	4	4	4	4	3
75	5	5	5	4	4	4	5
76	5	4	5	5	5	5	5

77	4	5	5	5	5	4	5
78	4	4	4	4	4	4	4
79	4	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	3	4
84	4	5	5	5	5	5	5
85	4	5	5	4	5	5	5
86	5	5	5	4	4	4	4
87	5	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5
89	5	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	4

3	3	3	3	3	5	5	5
3	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	5	4	3	3	5
4	4	4	4	4	3	3	3
3	4	3	3	4	2	3	3
4	4	5	5	5	3	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5
3	3	4	2	2	3	3	3
4	4	4	4	4	5	4	5
3	3	4	2	4	3	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	5	3	3	3	3	3
1	3	4	2	4	3	3	3
4	4	3	4	4	3	4	5
3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	5	5
3	3	2	4	4	3	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	5
3	2	3	2	3	3	4	5
5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	5
4	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	2	2	3
4	4	4	4	4	3	3	2
4	4	4	4	4	5	5	5
2	2	3	3	3	3	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	4
3	3	4	3	4	3	2	2
5	5	5	5	5	5	5	4
3	3	3	3	3	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	3	5	4

2	2	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4
3	3	3	5	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4
3	3	3	4	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	4	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	4	5

Trust (X4)			Minat (Y)			
X4.1	X4.2	X4.3	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	4	4	5	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	5
2	2	2	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	4
5	3	3	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5
2	2	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
4	3	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	4	5	5	4
3	3	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	5	4
4	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4
4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4
3	3	3	4	5	4	4
3	3	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4
3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4
4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4
3	3	3	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4
3	2	2	4	4	4	4
4	4	4	5	5	4	4
3	4	3	4	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5
3	3	3	4	4	5	4
5	5	5	4	5	5	4
4	4	3	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4

**LAMPIRAN IV Output SPSS**  
**UJI VALIDITAS**

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total	
X1.1	Pearson Correlation	1	.680**	.393**	.291**	.241*	.229*	.217*	.614**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.022	.030	.040	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.2	Pearson Correlation	.680**	1	.449**	.417**	.394**	.348**	.331**	.728**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.001	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.3	Pearson Correlation	.393**	.449**	1	.391**	.291**	.326**	.289**	.621**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.002	.006	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.4	Pearson Correlation	.291**	.417**	.391**	1	.660**	.664**	.530**	.781**	
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.5	Pearson Correlation	.241*	.394**	.291**	.660**	1	.704**	.538**	.760**	
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.005	.000		.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.6	Pearson Correlation	.229*	.348**	.326**	.664**	.704**	1	.480**	.737**	
	Sig. (2-tailed)	.030	.001	.002	.000	.000		.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
X1.7	Pearson Correlation	.217*	.331**	.289**	.530**	.538**	.480**	1	.721**	
	Sig. (2-tailed)	.040	.001	.006	.000	.000	.000		.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	
Total	Pearson Correlation	.614**	.728**	.621**	.781**	.760**	.737**	.721**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.783 **	.740 **	.794 **	.709 **	.918 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.783 **	1	.706 **	.695 **	.684 **	.875 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.740 **	.706 **	1	.654 **	.729 **	.865 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.794 **	.695 **	.654 **	1	.730 **	.883 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.709 **	.684 **	.729 **	.730 **	1	.868 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.918 **	.875 **	.865 **	.883 **	.868 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation		1	.779 **	.680 **
	Sig. (2-tailed)			.000	.000
	N	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.779 **		1	.813 **
	Sig. (2-tailed)	.000			.000
	N	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.680 **	.813 **		1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.896 **	.944 **	.907 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.837**	.805**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90
X4.2	Pearson Correlation	.837**	1	.877**	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90
X4.3	Pearson Correlation	.805**	.877**	1	.947**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.929**	.960**	.947**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	.394**	.480**	.604**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.2	Pearson Correlation	.394**	1	.471**	.462**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.3	Pearson Correlation	.480**	.471**	1	.650**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y.4	Pearson Correlation	.604**	.462**	.650**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
Total	Pearson Correlation	.771**	.736**	.822**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## UJI REALIBILITAS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.826	7

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.928	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.940	3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	4

**UJI ASUMSI KLASIK**  
**UJI NORMALITAS**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07491219
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.045
	Negative	-.032
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

**UJI MULTIKOLINIERITAS**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			Collinearity Statistics			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	7.340	1.288		5.698	.000		
Perceived Usefulness	.195	.052	.344	3.769	.000	.681	1.469
Perceived easy of use	.073	.040	.169	1.825	.072	.662	1.511
perceived risk	.130	.059	.219	2.198	.031	.569	1.758
trust	.119	.064	.190	1.843	.069	.531	1.884

a. Dependent Variable: minat

### UJI HETEROKEDASTISITAS

			Correlations				
			Perceived usefulness	perceived easy of use	perceived risk	trust	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Perceived usefulness	Correlation Coefficient	1.000	.484 **	.387 **	.413 **	.055
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.606
		N	90	90	90	90	90
	perceived easy of use	Correlation Coefficient	.484 **	1.000	.405 **	.463 **	.030
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.781
		N	90	90	90	90	90
	perceived risk	Correlation Coefficient	.387 **	.405 **	1.000	.622 **	.022
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.840
		N	90	90	90	90	90
	trust	Correlation Coefficient	.413 **	.463 **	.622 **	1.000	-.003
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.975
		N	90	90	90	90	90
	Unstandar dized	Correlation Coefficient	.055	.030	.022	-.003	1.000
	Residual	Sig. (2-tailed)	.606	.781	.840	.975	.
		N	90	90	90	90	90

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### UJI regresi linier berganda dan uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	
Beta						
1 (Constant)	7.340	1.288		5.698	.000	
Perceived usefulness	.195	.052	.344	3.769	.000	
perceived easy of use	.073	.040	.169	1.825	.072	
perceived risk	.130	.059	.219	2.198	.031	
trust	.119	.064	.190	1.843	.069	

a. Dependent Variable: minat

### Uji f

Model	ANOVA <sup>a</sup>					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1 Regression	110.766	4	27.692	22.889	.000 <sup>b</sup>	
Residual	102.834	85	1.210			
Total	213.600	89				

a. Dependent Variable: minat

b. Predictors: (Constant), trust, Perceived usefulness, perceived easy of use, perceived risk

### UJI DETERMINASI

Model	Model Summary				Std. Error of the Estimate
	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.662 <sup>a</sup>	.438	.418		1.181

a. Predictors: (Constant), trust, perceived easy of use, perceived risk

**LAMPIRAN V Dokumentasi**



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

Nama : Rahmasari  
 Tempat, Tanggal Lahir : pangalasiang,07 juli 2002  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 NIM : 20.5.15.0083  
 Agama : Islam  
 Alamat : Jl. Cemangi  
 No. Hp : 082293393309



#### B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri 01 Pangalasiang 2014
2. SMP Negeri Satap 8 Sojol berijazah 2017
3. SMA Negeri 2 Sojol berijazah 2020
4. Universitas Islam Negeri Datokarama Palu Angkatan 2020