

**PENGARUH *PRIVACY, POLICY, DAN E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN
MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN *MOBILE BANKING*
DENGAN PENGALAMAN PENGGUNA SEBAGAI
VARIABEL MODERATING**



SKRIPSI

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

Oleh :

IFTITA
NIM: 215150123

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI DATOKARAMA PALU
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan penuh kesadaran, penyusun yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “**Pengaruh Privacy, Policy, Dan E-trust Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating**”, 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, 30 Juli 2025 M
5 Syafar 1447 H

Penulis,



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Privacy, Policy, Dan E-trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan *Mobile Banking*Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating” Oleh Iftita dengan NIM. 21.5.15.0123 Mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi skripsi tersebut telah memenuhi syarat ilmiah untuk diujikan.

Palu, 30 Juli 2025 M
5 Syafar 1447 H

Pembimbing I

Dr. Sitty Ajayah, S.E.,M.Eng
NIP. 19791024 201101 2 007

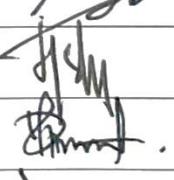
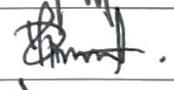
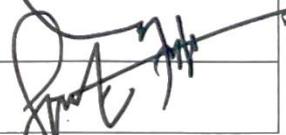
Pembimbing II

Muhammad Syafaat, S.E.,Ak.,MSA
NIP. 19841006 201903 1 003

PENGESAHAN SKRIPSI

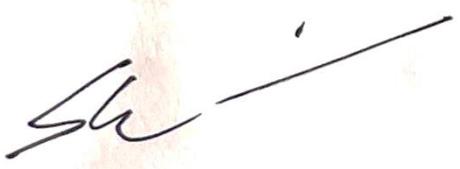
Skripsi saudara (i) iftitah, NIM. 21.5.15.0123 dengan judul "Pengaruh Privacy, Policy, Dan E-Trust Terhadap Keputusan Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pengalaman Sebagai Variabel Moderating" yang telah diujikan di hadapan Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada tanggal 7 Agustus 2025 M yang bertepatan dengan tanggal 13 Safar 1447 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	Abdul Jalil, S.E.,M.M	
Penguji I	Noval, M.M	
Penguji II	Dede Arseyani Pratamsyari, S.Si.,M.Si	
Pembimbing I	Dr. Sitti Aisyah, S.E.I.,M.E.I	
Pembimbing II	Muhammad Syafaat, M.SA	

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


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

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah


Abdul Jalil, S.E., M.M
NIP.19871110201903 1 006

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt. atas segala nikmat dan karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat kelulusan Sarjana Strata-1 (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulisan Skripsi ini tentunya jauh dari sempurna, hal ini sangat disadari karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Terselesaiannya skripsi ini, tentunya tak terlepas dari peranan begitu banyak pihak yang telah memberikan do'a, bantuan dan dukungan baik secara moril maupun materiil kepada penulis.

Penulis berterima kasih kepada semua pihak atas dukungan dan bantuannya yang tulus selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada segenap masyarakat Kota Palu yang telah memberikan kesempatan penulis melakukan pengambilan data melalui kuesioner. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Mama tercinta ibu Siti Nukba yang dengan kesabaran, pelukan hangat, dan doa yang tidak pernah putus, menjadi rumah tempat penulis pulang. Terima kasih untuk setiap pengorbanan, senyum yang menguatkan, dan keyakinan Ibu bahwa anakmu ini mampu. Papa tercinta pak Nurdin Hamkah yang dengan caranya sendiri selalu memberikan semangat, nasihat, dan doa yang tulus. Terima kasih untuk semua pesan hidup yang papa ajarkan, yang menjadi bekal penulis melangkah. Meski mama dan papa tidak pernah merasakan pendidikan setara penulis dan Qadarrallah mama papa kini menempuh jalan hidup masing-

masing tidak bersama di atap yang satu lagi tapi penulis percaya doa dan kasih sayang kalian selalu menyatu di hati penulis. Tidak ada jarak dan waktu yang bisa mengurangi rasa hormat, cinta, dan terima kasih ini.

2. Skripsi ini penulis persembahkan dengan sepenuh hati untuk buah hati tercinta, Hilya Mafaza , putri kecil yang menjadi alasan terbesar penulis untuk terus berjuang dan tidak menyerah. Senyummu adalah semangat buna, tawamu adalah penghapus lelah buna, dan mimpimu adalah tujuan yang ingin selalu Buna wujudkan bersama. Terima kasih, Nak, telah menjadi cahaya di setiap langkah buna. Meski mungkin saat ini kamu belum sepenuhnya memahami arti perjuangan ini, suatu saat nanti buna berharap kamu akan membaca halaman ini dan tahu, bahwa setiap huruf yang tercetak di skripsi ini lahir dari cinta dan doa yang tak pernah putus untukmu.
3. Kepada saudara kandung saya Moh Rajab dan Abd Rahman yang menjadikan saya semangat dalam penulisan skripsi dan menyelesaikan pendidikan S1 dengan tujuan agar mereka bangga pada saudari perempuan satu-satunya dalam keluarga ini.
4. Prof. Dr. H Lukman S. Tahir, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Datokarama Palu, beserta segenap unsur pimpinan, yang telah mendorong dan memberi kebijakan kepada penulis dalam segala hal.
5. Dr. Sagir Muhammad Amin, M.Pd.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Syakir Sofyan, S.E.I.,M.E., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokrama Palu, 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 Raodhah, S.Ag., M.Pd.I selaku Kabag Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

6. Abdul Jalil, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah dan Ahmad Haekal, S.Hum., M.Si selaku Sekertaris Jurusan Perbankan Syariah.
7. Dr. Sitty Aisyah, S.EI.,M.EI, selaku dosen pembimbing I dan Muhammad Syafaat, MSA selaku dosen pembimbing II Seluruh dosen dan tenaga pengajar yang ada di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Datokarama Palu, Khusus Bapak dan Ibu Dosen yang setia, tulus, dan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan serta nasehat kepada penulis.
8. Seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan pelayanan yang sangat baik kepada penulis selama kuliah.
9. Kepala perpustakaan UIN Datokarama Palu dan segenap staf-nya yang telah melayani dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam pencarian buku-buku selama proses penulisan skripsi.
10. Sahabat penulis Ade Nurul Khasanah dan Zulfa Wardani keluarga tak sedarag saya yang senantiasa meluangkan waktu menemani saya menyusun skripsi ini. Tak lupa dukungan dari keluarga besar begitu banyak pengorbanan, doa, motivasi, dan selalu berusaha agar penulis mendapatkan pendidikan dari jenjang dasar hingga perguruan tinggi.
11. Seluruh keluarga besar Perbankan Syariah angkatan 2021, teman-KKP dan KKN yang telah bersama-sama menempuh pendidikan selama perkuliahan.

12. Terakhir, terima kasih dan apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan , kuliah sambil bekerja tidak mudah , menyeimbangkan keduanya dan sering kali memendam semua masalah sendiri. Terima kasih diri karena terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan, yang tidak memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya. Sulit untuk bertahan sampai dititik ini, terima kasih untuk tetap hidup dan sering merayakan diri sendiri, walaupun sering putus asa atas apa yang diusahakan. Maaf jika selalu mengabaikan makanmu, kesehatanmu, juga kebahagiaanmu. Sejauh ini kamu cukup kuat dan hebat terima kasih diri.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat kepada semua pihak yang membacanya. Aminn

Hormat Saya



IFTITA

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Garis-garis Besar Isi	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Landasan Teori	11
1. <i>Grand Theory Acceptance Model (TAM)</i>	11
2. Pengalaman Pengguna.....	12
3. Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking	14
4. <i>E-trust</i> (Kepercayaan)	17
C. Kerangka Pemikiran	28
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Desain dan Pendekatan Penelitian	30
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
C. Variabel Penelitian	33
D. Definisi Operasional	34
E. Instrumen Penelitian	36

F. Teknik Pengumpulan Data	37
G. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	45
B. Hasil Penelitian	46
C. Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP.....	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 3. 2 Skala Ordinal.....	36
Tabel 4. 1 Deskripsi Kuesioner.....	46
Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 3 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4. 4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	48
Tabel 4. 5 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan M-Banking .	48
Tabel 4. 6 Uji Validitas Variabel X1 (Privacy).....	50
Tabel 4. 7 Uji Validitas Variabel X2 (Policy).....	50
Tabel 4. 8 Uji Validitas Variabel X3 (E-Trust).....	51
Tabel 4. 9 Uji Validitas Variabel Z (Pengalaman Pengguna).....	51
Tabel 4. 10 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Menggunakan M-Banking)	52
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	53
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolonearitas.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	59
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis F.....	60
Tabel 4. 18 Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh Privacy Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking	61
Tabel 4. 19 Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh Policy Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking..	62
Tabel 4. 20 Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh E-Trust Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking	62
Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinan (R2)	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	54

LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

LAMPIRAN II HASIL TABULASI DATA KUESIONER

LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

LAMPIRAN IV UJI ASUMSI KLASIK

LAMPIRAN V ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

LAMPIRAN VI UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN VII UJI VARIABEL MODERATING

LAMPIRAN VIII UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)

LAMPIRAN IX DOKUMENTASI

ABSTRAK

Nama Penulis : Iftita
NIM : 21.5.15.0123
Judul Skripsi : "Pengaruh Privacy, Policy, Dan E-trust Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan Mobile Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating"

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Privacy, Policy* dan *E-trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui observasi dan pembagian kuesioner. Semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Sampel dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS versi 23 *for windows* dalam melakukan teknik analisis data, asumsi klasik dan MRA.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Privacy* dan *Policy* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*. Sementara itu, variabel *E-Trust* tidak menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, ketiga variabel yaitu *Privacy*, *Policy*, dan *E-Trust* memiliki pengaruh bersama terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*, yang berarti keputusan tersebut dibentuk oleh kombinasi dari faktor-faktor tersebut. Dalam pengujian moderasi, ditemukan bahwa pengalaman pengguna mampu memperkuat pengaruh *Privacy* terhadap keputusan masyarakat. Namun sebaliknya, pengalaman pengguna justru tidak memoderasi pengaruh *Policy* secara signifikan. Yang menarik, pengalaman pengguna justru melemahkan hubungan antara *E-Trust* dan keputusan menggunakan *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pengalaman negatif atau ketidakpuasan dalam penggunaan sebelumnya, maka semakin rendah pengaruh kepercayaan digital terhadap keputusan pengguna. Dengan kata lain, pengalaman negatif dapat mengikis dampak positif dari kepercayaan terhadap layanan digital.

Dari kesimpulan yang diperoleh disarankan bagi Masyarakat menggunakan layanan digital seperti M-Banking sebagai alat pembayaran karena hal tersebut dapat membantu pemerintah dalam upaya memajukan perekonomian melalui pembayaran digital dikarenakan tantangan zaman kedepannya menuntut kalangan muda harus siap menghadapi semua sistem yang mengarah ke digitalisasi.

Kata Kunci: Policy, Privacy, E-Trust, M-Banking

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan digitalisasi di Indonesia yang semakin maju berdampak pada pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia. Pada era digital yang kian berkembang dari masa ke masa, teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan termasuk didalamnya perkembangan teknologi mengenai sistem perbankan, hal tersebut terjadi seiring dengan tuntutan terhadap tersedianya kemudahan dan kesederhanaan prosedur yang semakin lama semakin meningkat. Agama islam memandang perkembangan teknologi sebagai pesan tersirat yang telah Allah firmankan dalam Al-Quran Surah Ar-Rahman ayat 33, yaitu:

يَمْغَسِّرُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِنْ أَسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا سُلْطَنٍ

Terjemahannya:

“Wahai golongan jin dan manusia! Jika kamu sanggup menembus penjuru langit dan bumi, maka tembuslah. Kamu tidak akan mampu menembusnya kecuali dengan kekuatan (dari Allah)”¹

Beberapa ahli menjelaskan mengenai kata “Sulthan” dengan berbagai macam arti, ada yang mengartikan dengan kekuatan, ataupun kekuasaan. Abdul Al-Razzaq Naufal (1987) dalam bukunya Al-Muslimun wa al-Ilm al-Hadits, mengartikan bahwa kata “Sulthan” diartikan sebagai ilmu pengetahuan dan kemampuan atau teknologi. Kemudian beliau menjelaskan bahwa ayat ini memberikan isyarat kepada manusia bahwa mereka tidak mustahil dapat menembus

¹ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Surah Ar-Rahman: Ayat 33,” diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>, 2025.

ruang angkasa dengan kemampuan ilmu pengetahuan dan atau teknologi yang memadai. Salah satu bukti nyata kuasa Allah dari firman-Nya diatas adalah saat ini manusia telah berhasil mengirimkan satelit ke luar angkasa untuk menciptakan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang hingga saat ini.²

Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh pihak lembaga keuangan mengenai sistem keuangan dan perbankan yaitu layanan *Mobile Banking* yang membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat *handphone*.³ Layanan ini menjadi salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dan komunikasi yang seharusnya dioptimalkan untuk memberikan kemudahan akses bagi nasabah dalam melakukan berbagai aktivitas perbankan. Adapun berbagai alasan yang mendorong nasabah untuk menggunakan layanan ini meliputi kepraktisan karena tidak perlu lagi datang ke kantor bank atau ATM, kecepatan dalam melakukan transaksi, kemudahan dalam mengecek saldo melalui ponsel, akses informasi produk perbankan yang lebih cepat, serta cara pengoperasian yang mudah dipahami.⁴

Namun dibalik keunggulan layanan yang diberikan oleh perbankan baik konvensional maupun syariah demikian, meskipun layanan ini menawarkan berbagai kemudahan, keputusan masyarakat untuk menggunakan *Mobile Banking* masih dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, antara lain terkait privasi

² Abdul Al-Razzaq Naufal, *Al-Muslimun wa al-'Ilm al-Hadits* (Kairo: Dar al-Fikr al-'Arabi, 1987).

³ Nurdin Nurdin, "The Roles Of Information Technology In Islamic Bank Knowledge Management A Study of Two Syariah Banks in Palu," *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 13, no. 2 (2016): 182.

⁴ 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), 89

data pribadi (*privacy*), kebijakan perlindungan digital (*policy*), serta tingkat kepercayaan terhadap sistem digital (*e-trust*).

Dalam layanan berbasis digital, privasi menjadi salah satu aspek krusial karena berkaitan dengan perlindungan data pribadi pengguna, banyak nasabah yang masih merasa khawatir bahwa datanya akan mengalami kebocoran hingga menyebabkan terjadinya penyalahgunaan informasi pribadi oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Keamanan data sendiri menjadi salah satu faktor utama yang menentukan sejauh mana pengguna merasa nyaman dalam menggunakan layanan perbankan yang berbasis digital. Yang dimana jika semakin meningkat kepuasan nasabah atau pengguna maka semakin loyal nasabah untuk menggunakan *Mobile Banking*dalam bertransaksi.⁵

Selain privasi, kebijakan layanan juga menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam membentuk persepsi dan keputusan masyarakat terhadap penggunaan *Mobile Banking*. Kebijakan yang jelas dan transparan mengenai perlindungan konsumen, keamanan transaksi hingga tanggung jawab bank terhadap resiko kemungkinan terjadi beberapa permasalahan mengenai layanan *Mobile Banking*dapat menjadi faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dalam menggunakan layanan ini. Namun sebaliknya, jika kebijakan yang kurang

⁵ I Made Stevana Adi Santhika Sudirman and I Gusti Agung Ketut Gede Suasana, “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar,” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 4 (2018): 485

jelas atau kurang dipahami oleh nasabah dapat menimbulkan ketidakpastian dan menghambat masyarakat.⁶

Faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pengguna M-Banking adalah kepercayaan elektronik (*E-trust*). *E-trust* didefinisikan sebagai kepercayaan terhadap harapan dalam situasi risiko online bahwa kerentanan tidak akan dieksplorasi. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Layanan yang baik akan meningkatkan reputasi Bank. *E-trust* dimana Bank mampu memberikan suatu kepercayaan terhadap nasabahnya dengan memberikan informasi yang akurat, membantu jika terjadi masalah dan bersikap baik.⁷

Selain beberapa faktor diatas ada faktor lain yang juga ikut memoderating faktor-faktor tersebut sehingga dapat memperkuat ataupun melemahkan keputusan masyarakat dalam menggunakan M-Banking. Faktor tersebut ialah pengalaman pengguna. Hal ini dikarenakan jika pengguna memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakan layanan M-Banking maka pengguna tersebut akan cenderung lebih percaya diri dan merasa nyaman dalam melakukan transaksi secara digital. Namun sebaliknya jika pengguna memiliki pengalaman yang negatif dalam menggunakan transaksi digital, semisal terjadinya kegagalan transaksi, layanan pelanggan yang buruk hingga sering mengalami kendala teknis, maka secara tidak

⁶ Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal, “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2021): 189.

⁷ Sri Nawangasari and Nadea Dwirahma Putri, “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ilmiah Matrik* 22, no. 1 (2020): 57.

langsung hal tersebut dapat menurunkan kepercayaan dan menyebabkan pengguna enggan menggunakan kembali layanan tersebut.

Di masyarakat Kota Palu, penggunaan teknologi digital, khususnya dalam layanan keuangan seperti *Mobile Banking*, terus mengalami peningkatan. Banyak masyarakat yang telah memanfaatkan M-Banking untuk berbagai transaksi online seperti pembelian makanan, pembayaran tagihan, hingga belanja di marketplace, yang mencerminkan kemudahan dan efisiensi layanan tersebut. Namun, di balik keunggulan tersebut, belum seluruh masyarakat memanfaatkannya secara optimal. Masih terdapat keraguan dalam penggunaan M-Banking akibat kekhawatiran terhadap keamanan data, kurangnya pemahaman kebijakan aplikasi, serta rendahnya kepercayaan terhadap sistem digital perbankan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa kendala-kendala tersebut perlu dikaji lebih dalam. Maka dari itu, penting untuk menelusuri faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan M-Banking, seperti *privacy*, *policy*, dan *e-trust*, dengan pengalaman pengguna sebagai variabel moderating yang mungkin memperkuat atau memperlemah pengaruh ketiganya terhadap keputusan penggunaan.

Maka dari itu berdasarkan uraian di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Privacy*, *Policy*, Dan *E-trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan *Mobile Banking* Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *privacy* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?
2. Apakah *policy* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?
3. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?
4. Apakah pengalaman pengguna memoderasi pengaruh *privacy* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?
5. Apakah pengalaman pengguna memoderasi pengaruh *policy* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?
6. Apakah pengalaman pengguna memoderasi pengaruh *e-trust* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Menganalisis pengaruh *privacy* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*.
 - b. Menganalisis pengaruh *policy* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*.
 - c. Menganalisis pengaruh *e-trust* terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan *Mobile Banking*.

- d. Menganalisis peran pengalaman pengguna dalam memoderasi pengaruh *privacy* terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.
- e. Menganalisis peran pengalaman pengguna dalam memoderasi pengaruh *policy* terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.
- f. Menganalisis peran pengalaman pengguna dalam memoderasi pengaruh *e-trust* terhadap keputusan penggunaan *Mobile Banking*.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen, pemasaran digital, dan perilaku konsumen dalam penggunaan layanan berbasis teknologi keuangan.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak perbankan atau penyedia layanan *Mobile Banking* dalam merumuskan strategi yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pengguna melalui aspek *privacy*, *policy*, dan *e-trust*.

c. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain yang ingin mengkaji lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan keuangan digital.

D. Garis-garis Besar Isi

Untuk mempermudah pembaca tentang pembahasan skripsi ini, maka penulis menganalisa garis besar menurut ketentuan yang ada di dalam komposisi skripsi ini. Oleh karena itu, garis besar pembahasan ini berupaya menjelaskan seluruh hal yang diungkapkan di dalam materi pembahasan tersebut antara lain, sebagai berikut :

BAB I adalah pendahuluan, yang menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan garis-garis besar isi.

BAB II merupakan bab kajian Pustaka, yang menguraikan dan menjelaskan tentang penelitian terdahulu, kajian teori, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III merupakan bab metode penelitian, yang menguraikan dan menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisa data.

BAB IV merupakan bab hasil dan pembahasan, yang menguraikan dan menjelaskan tentang hasil dan pembahasan yang diperoleh dari penelitian dan proses pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB V merupakan bab kesimpulan dan saran, yang menguraikan terkait kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah studi yang telah dilakukan sebelumnya dan diuji kebenarannya berdasarkan metode yang digunakan. Penelitian ini dijadikan rujukan untuk memperkuat teori serta membandingkan persamaan dan perbedaannya dengan penelitian saat ini. Berikut adalah uraian mengenai persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Ringkasan Hasil Penelitian
1	Muhammad Nur Avif, M. Agus Salim dan Arini Fitria Mustapita ¹	Judul Penelitian: Pengaruh Kepercayaan, Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi di Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang).
		Hasil Penelitian: Menunjukkan bahwa variabel Privasi memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi mahasiswa di aplikasi dana, sementara variabel kepercayaan dan keamanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi mahasiswa di aplikasi dana. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap keputusan bertransaksi mahasiswa di aplikasi dana.
		Persamaan: - Persamaan Variabel Privasi dan Kepercayaan - Metode penelitian yang digunakan kuantitatif

¹ Muhammad Nur Avif, M. Agus Salim, and Arini Fitria Mustapita, “Pengaruh Kepercayaan, Privasi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi Di Aplikasi DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang),” *E-Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 09 (2022): 114–23, www.fe.unisma.ac.id.

		Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu menggunakan variabel keamanan sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan variabel kebijakan - Objek, Waktu dan juga tempat penelitian
2	Siti Nurjanah ¹	Judul: Pengaruh Kebijakan Pihak Bank dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan M-Banking
		Hasil Penelitian: Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan pihak bank dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan M-Banking.
		Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel Kebijakan (<i>Policy</i>) dan keputusan menggunakan M-Banking - Metode Penelitian
3	Annastasya Dalila Putri Berlian ²	Perbedaan: <ul style="list-style-type: none"> - Variabel kualitas layanan pada penelitian terdahulu dan variabel <i>Privacy</i> dan <i>E-trust</i> pada penelitian ini - Lokasi dan waktu penelitian - Metode Kuantitatif
		Judul: Pengaruh <i>E-trust</i> , <i>E-WOM</i> , <i>E-Service Quality</i> Terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan BSI Mobile Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi di Wilayah Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi.
		Hasil Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>E-trust</i> dan <i>E-WOM</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan BSI Mobile sedangkan <i>E-Service Quality</i> dan kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan BSI Mobile.
		Persamaan: <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-trust</i> dan layanan <i>Mobile Banking</i> - Metode yang digunakan

¹ Siti Nurjanah, "Pengaruh Kebijakan Pihak Bank Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan M-Banking," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)* 20, no. 3 (2020).

² Annastasya Dalila Putri Berlian, "Pengaruh E-Trust, E-WOM, E-Service Quality Terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan BSI Mobile Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi Di Wilayah Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi," *Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah* 13, no. 1 (2024).

		<p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variabel <i>E-WOM</i>, <i>E-Service Quality</i> dan Kepuasan Pengguna pada penelitian terdahulu sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel <i>Privacy</i>, <i>Policy</i> dan Pengalaman Pengguna. - Lokasi dan waktu penelitian serta Objek penelitian
4.	Muhammad Iqbal Fasa ³	<p>Judul: Pengaruh Keamanan, Privasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi.</p> <p>Hasil Penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan, privasi dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan menggunakan M-Banking, serta pengalaman pengguna memiliki pengaruh dalam meningkatkan ketiga variabel tersebut.</p> <p>Persamaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Privasi, keputusan menggunakan m-banking dan pengalaman pengguna. - Metode penelitian yang digunakan <p>Perbedaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu menggunakan variabel keamanan dan kemudahan penggunaan sementara penelitian saat ini menggunakan variabel <i>Policy</i> dan <i>E-trust</i>. - Waktu dan lokasi penelitian

B. Landasan Teori

1. Grand Theory Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. TAM diperkenalkan pertama

³ Muhammad Iqbal Fasa, "Pengaruh Keamanan, Privasi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 20, no. 2 (2020).

kali oleh Fred Davis pada tahun 1986. Model TAM diadopsi dari *model The Theory of Reasoned Action* (TRA), yaitu teori tindakan yang beralasan yang dikembangkan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975, dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut.⁴

TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaan dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. Technology Acceptance Model atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. Teori ini diformulasi oleh Fred Davis, yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja.⁵

2. Pengalaman Pengguna

Pengalaman pengguna (*user experience*) menggambarkan pengalaman yang didapat pengguna ketika menggunakan perangkat lunak. Pengalaman pengguna merupakan persepsi respons seseorang atau ekspetasi pengguna terhadap sistem atau layanan.⁶ Secara umum, *user experience* bertujuan untuk meningkatkan

⁴ I. Fishbein, M., & Ajzen, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.

⁵ 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

⁶ Rafianto Naufal, Dimas, and Saifulloh, "Penerapan Metode Scrum Pada Pembuatan User Experience Landing Page Sistem Informasi Lentera," *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi* 3, no. 2 (2021): 2.

interaksi antara pengguna dan sistem.⁷ Dalam konteks M-Banking pengalaman pengguna yang positif sangat penting untuk dapat menarik dan mempertahankan pengguna, yang dimana pengalaman pengguna dalam M-Banking dipengaruhi oleh desain antarmuka, kecepatan transaksi, keamanan serta kemudahan akses dan navigasi. Sehingga secara keseluruhan pengalaman pengguna merupakan elemen kunci dalam pengembangan produk atau layanan digital. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna serta penggunaan instrument evaluasi yang tepat sangat membantu pengembangan dalam menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan untuk digunakan.⁸

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengalaman pengguna M-Banking diantaranya yaitu:

- a. Kualitas antarmuka pengguna sebab antarmuka yang sederhana, intuitif dan mudah dipahami dapat meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan M-Banking.
- b. Keamanan dan privasi yang dimana kepercayaan pengguna akan meningkat jika aplikasi memiliki fitur keamanan yang andal seperti adanya autentikasi dua faktor dan dilengkapi dengan enkripsi data.

⁷ Egia Rosi Subhiyakto, Yani Parti Astuti, and Liya Umaroh, “Perancangan User Interface Aplikasi Pemodelan Perangkat Lunak Menggunakan Metode User Centered Design,” *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 1, no. 1 (2021): 145.

⁸ Riza Kartika Dewi et al., “Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Banking ‘BTNS Mobile’ Dengan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (UEQ),” *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 4, no. 2 (2023): 262.

- c. Kecepatan dan kinerja aplikasi yaitu aplikasi memiliki waktu respon yang cepat serta minimnya gangguan teknis dapat berkontribusi pada pengalaman pengguna yang positif.

Menurut Nielsen terdapat 5 indikator utama yang dapat mempengaruhi pengalaman pengguna dalam sistem digital termasuk M-Banking yaitu:

- a. *Learnability*, kemudahan pengguna dalam mempelajari cara menggunakan aplikasi.
- b. *Efficiency*, kecepatan pengguna dalam menyelesaikan tugas setelah mempelajari sistem.
- c. *Memorability*, kemudahan pengguna dalam mengingat bagaimana menggunakan aplikasi setelah beberapa waktu tidak menggunakannya.
- d. *Errors*, jumlah dan tingkat kesalahan yang dialami pengguna serta kemudahan dalam memperbaikinya.
- e. *Satisfaction*, tingkat kepuasan pengguna setelah menggunakan sistem.⁹

3. Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking

Keputusan adalah proses penelusuran masalah yang berawal dari latar belakang masalah, identifikasi masalah hingga kepada terbentuknya kesimpulan dan rekomendasi. Rekomendasi itulah yang selanjutnya dipakai dan digunakan sebagai pedoman basis dalam pengambilan keputusan. Keputusan merupakan bagian atau salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping Kegiatan fisik yang melibatkan nasabah dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan

⁹ Raka Yuwono et al., “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Di Indonesia Dengan Menggunakan Usability a Dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Pada JakOne Mobile Dan BCA Mobile),” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 6 (2019): 5666–73.

barang-barang serta jasa ekonomis. Perspektif pemecahan masalah mencakup semua jenis perilaku pemenuhan kebutuhan dan jajaran luas dari faktor-faktor yang memotivasi dan mempengaruhi keputusan nasabah.¹⁰

Pengambilan keputusan konsumen (consumer decision marketing) adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.¹¹

Menurut Leon Schiffman dan Leskielazar Kanuk dalam jurnal Rahmawati & Idola, studi perilaku konsumen terpusat pada cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Mencakup apa yang mereka beli, mengapa mereka membeli dan seberapa sering mereka menggunakan.¹²

Oleh sebab itu konsumen islami harus di dasarkan atas rasinalitas yang di sempurnakan dan menginterfrasikan kebenaran dan keyakinan yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan al-qur'an dan sunnah. Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan dibarengi kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin dan adanya keharmonisan antar sesama. Adapun prinsip dasar perilaku konsumen/nasabah dalam islam. Allah swt berfirman:

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَتٍ لِّيُبْلُوكُمْ فِي مَا أَنْتُمْ إِنَّ رَبَّكَ

عَسَرِيْعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

¹⁰ Sufitrayati. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Bank Syariah Di Kota Banda Aceh. Ihtiyath Vol. 2 No. 1 September 2018, 2, 1-22.

¹¹ Setiadi, N. J. Perilaku Konsumen. Jakarta: Kencana. 2003

¹² Rahmawati, & Idola, N. A. Pengaruh Keputusan Nasabah untuk Menggunakan Fasilitas Mobile Banking dalam Standar Pelayanan di PT.Bank BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Jurnal Al-Hikmah Vol. 15 No. 2 Oktober 2018, 15, 31-41

Terjemahannya:

“Dan dia adalah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan dia meninggikan sebagian kamu atas sebagian (yang lain) beberapa derajat, untuk menguji mu tentang apa yang diberikannya kepadamu. sesungguhnya Tuhanmu amat cepat siksaan-Nya dan sesungguhnya Dia Maha Penyayang”¹³

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan dapat dilihat dari faktor-faktor berikut:¹⁴

- a. Faktor pribadi adalah karakteristik pribadi dengan cara penawaran harga yang relatif terjangkau, promosi jenis atau warna motor Suzuki yang disediakan dilakukan untuk memengaruhi konsumen supaya termotivasi untuk membeli.
- b. Faktor sosial adalah tingkat status social atau keadaan ekonomi seseorang yang terdiri dari pendapatan yang dapat di belanjakan, tabungan dan milik kebanyakan, pekerjaan serta variabel-variabel lain.
- c. Faktor budaya adalah membentuk persepsi yang positif dengan memudahkan pembelian dalam kredit dengan pembayaran angsuran yang lebih rendah dilakukan untuk mempermudah konsumen apabila kemampuan ekonomi tidak mencukupi.
- d. Faktor psikologi merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai keinginan-keinginan yang berasal dari pribadinya sendiri dalam rangka menentukan suatu keputusan yang sesuai dengan keinginannya.

¹³ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an Dan Terjemahannya, An-Na'am, 6:165.” diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>, 2025.

¹⁴ Philip and Kevin Lane Keller Kotler, *Marketing Management. 15th Edition.* (New Jersey: Pearson, 2016).

Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan nasabah menurut Kotler & Keller adalah:

- a. Pengenalan Masalah
- b. Mencari informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku Pasca Pembelian¹⁵

4. *E-trust* (Kepercayaan)

a. Definisi *E-trust*

Layanan *Mobile Banking* merupakan salah satu bentuk layanan berbasis internet yang mengandalkan kepercayaan antara pihak bank dan para nasabahnya. Dalam layanan ini, interaksi langsung antara pelanggan dan karyawan tidak memungkinkan, terutama saat melakukan transaksi atau berbelanja secara daring. Nasabah hanya dapat menilai produk atau layanan yang ditawarkan melalui situs web atau aplikasi, yang pada akhirnya mempengaruhi keputusan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.¹⁶

Menurut Moorman, Zaltman, dan Deshpande, kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan untuk mengandalkan mitra pertukaran yang dianggap memiliki reputasi.¹⁷ Definisi ini mencakup dua pendekatan umum terhadap trust, yaitu

¹⁵ Gary Armstrong Kotler, Philip, *Principles of Marketing (13th Ed)* (Upper Saddle River: NJ: Pearson Education, 2010).

¹⁶ Bela Aprila, "Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo)," *Skripsi Uin Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 18–19.

¹⁷ Gerald Zaltman Christine Moorman, Rohit Deshpande, "Factors Affecting Trust in Market Research Relations," *Journal of Marketing* 57, no. 1 (1993): 81–101.

sebagai ekspektasi mengenai kebenaran mitra berdasarkan keahlian dan keandalan mereka, serta sebagai niat atau perilaku yang mencerminkan ketergantungan pada mitra dan melibatkan kerentanan dari pihak yang memberikan kepercayaan.

Oleh karena itu, tingkat kepercayaan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap suatu layanan perbankan digital. Kepercayaan yang tinggi dapat mengurangi kecemasan nasabah terkait keamanan data dan transaksi, meningkatkan kualitas hubungan antara bank dan nasabah, serta mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan *Mobile Banking*. Tanpa adanya kepercayaan, nasabah akan ragu untuk menggunakan layanan digital, yang dapat berdampak negatif pada kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan tersebut. Oleh karena itu, bank harus terus membangun dan memelihara kepercayaan nasabah agar dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan keberlanjutan layanan perbankan digital.

b. Dimensi *E-trust*

Menurut Kim, menyebutkan bahwa terdapat 3 dimensi *E-trust* sebagai berikut:

- 1) *Ability* (Kemampuan) merupakan bagaimana penjual dapat melayani, menyediakan dan melindungi transaksi pembeli
- 2) *Benevolence* (Kebaikan Hati) berkaitan dengan mampunya memberikan penjual dan pembeli sebuah kepuasan yang mampu memberikan keuntungan untuk kedua belah pihak.

3) *Integrity* (Integritas) merupakan terkaitnya cara seorang penjual menjalankan bisnisnya, seperti akurat tidaknya informasi dan apakah kualitas produk yang dijual dapat dipercaya.

Adapun indikator-indikator kepercayaan menurut teori Robbins menyebutkan bahwa terdapat 5 dimensi utama dalam konsep *trust* (kepercayaan) yang dapat dijadikan untuk pengukuran kepercayaan yang meliputi:

- 1) *Integrity* (integritas): kejujuran dan bersikap dengan sebenarnya.
- 2) *Competence* (kompetensi): pengetahuan teknis dan standar pribadi.
- 3) *Consistency* (konsisten): terkait dengan penilaian individu dalam menghadapi situasi, kemampuan memprediksi, dan keandalan.
- 4) *Loyalty* (loyalitas): berkaitan dengan keinginan untuk dapat melindungi serta keinginan menyelamatkan orang lain.
- 5) *Openness* (keterbukaan): kesediaan dalam berbagi informasi dengan bebas.

Dalam pandangan Islam, seseorang yang benar-benar memiliki sifat amanah (percaya) yakni mampu menerima dan menjalankan suatu tanggung jawab dengan jujur dan penuh tanggung jawab adalah pribadi yang mulia. Sebaliknya, seseorang yang mengkhianati amanah termasuk golongan orang-orang yang zalim dan bodoh. Sifat ini merupakan salah satu akhlak utama yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW dan menjadi teladan utama dalam membangun relasi yang sehat, termasuk dalam konteks layanan perbankan berbasis teknologi seperti Mobile Banking, di mana kepercayaan dan tanggung jawab terhadap data serta transaksi sangat vital.

إِنَّا عَرَضْنَا الْأُمَانَةَ عَلَى السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَلَيْسَ أَنَّ يَحْمِلُنَّهَا وَآشْفَقُنَّ مِنْهَا وَحَمَلَهَا

الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا

Terjemahannya:

Sesungguhnya Kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi, dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya. Lalu, dipikullah amanat itu oleh manusia. Sesungguhnya ia (manusia) sangat zalim lagi sangat bodoh.¹⁸

Ayat ini menunjukkan betapa beratnya tanggung jawab amanah. Allah swt memperlihatkan kepada langit, bumi, dan gunung-gunung tentang beban amanah, namun mereka enggan menerimanya karena khawatir tidak mampu menjaganya. Manusia menerima amanah tersebut, namun dalam praktiknya sering lalai dan mengkhianatinya, sehingga disebut zalim (aniaya terhadap dirinya dan orang lain) serta jahil (tidak menyadari tanggung jawab besar yang dipikulnya).

Dalam bidang perbankan modern, ayat ini sangat relevan. Layanan digital seperti Mobile Banking menuntut adanya amanah dalam menjaga data nasabah, transparansi layanan, serta kepercayaan publik. Jika amanah ini diabaikan, maka bukan hanya akan merusak hubungan antara lembaga keuangan dan masyarakat, tapi juga mencerminkan kerusakan nilai-nilai moral dalam praktik ekonomi Islam.

5. *Policy*

a. Pengertian *Policy*

Kebijakan (*Policy*) adalah aturan atau pedoman yang dibuat untuk memastikan keamanan, keadilan dan efisiensi dalam penggunaan suatu layanan. Dalam konteks digital, kebijakan ini sering melibatkan aturan terkait perlindungan

¹⁸ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’ān Dan Terjemahannya, Q.S. Al-Ahzab: 72.” diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>, 2025.

data, keamanan transaksi dan transparansi. Menurut Winarno, kebijakan (*Policy*) adalah seperangkat keputusan yang dibuat untuk menghadapi suatu masalah atau situasi tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.¹⁹

Policy sendiri memainkan peran yang strategis dalam mengatur, membimbing dan memastikan agar penggunaan teknologi secara digital aman, efisien dan bertanggung jawab. Dalam dunia teknologi digital, data dan informasi pengguna menjadi aset berharga yang rentan terhadap ancaman seperti pencurian data, peretasan ataupun penyalahgunaan.

Kebijakan (*Policy*) memiliki pengaruh secara langsung terhadap keputusan mahasiswa dalam menggunakan teknologi digital seperti halnya penggunaan M-Banking karena berperan penting dalam membangun kepercayaan, mengurangi risiko dan memberikan rasa aman sehingga Mahasiswa cenderung lebih memilih menggunakan layanan M-Banking. Yang dimana jika kebijakan yang diterapkan dianggap mampu untuk melindungi data pribadi mereka, maka kepercayaan mereka terhadap layanan M-Banking akan meningkat. Selain itu, kebijakan dengan rancangan yang baik dapat mengurangi persepsi terhadap resiko seperti ancaman pencurian data atau kebocoran informasi yang membuat mahasiswa merasa lebih nyaman bertransaksi dengan M-Banking.²⁰

Kemudahan dalam memahami kebijakan, terutama jika disampaikan secara transparan dapat menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan kenyamanan mahasiswa dalam menggunakan layanan M-Banking. Kebijakan yang dirancang

¹⁹ Winarno B, *Kebijakan Publik: Teori, Proses dan Studi Kasus*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2012.

²⁰ P. Therole of trustine-commerce relational exchange: a unified model. Inf Manag, 2009 Vol. 46 No.2, 213-220.

dengan baik dan sesuai dengan regulasi akan memberikan jaminan hukum bagi mahasiswa sebagai pengguna, sehingga mereka dapat merasa lebih percaya diri dalam mengambil keputusan untuk memanfaatkan layanan tersebut.

b. Indikator Policy

Dalam konteks M-Banking terdapat beberapa indikator *Policy* yang mendukung pengalaman pengguna yaitu,²¹

- 1) Keamanan data (*data security*) yang menjamin perlindungan informasi pribadi.
- 2) Transparansi (*transparency*) dalam hal menyampaikan informasi layanan.
- 3) Komunikasi (*communication*) yang efektif antara penyedia layanan dan pengguna.
- 4) Kepatuhan terhadap regulasi (*compliance*) yang memastikan layanan sesuai dengan peraturan yang berlaku serta
- 5) Perlindungan konsumen (*consumer protection*) yang melindungi hak-hak pengguna dari potensi risiko atau penyalahgunaan.

Kombinasi dari indikator-indikator ini dapat menciptakan ekosistem layanan yang aman, terpercaya dan nyaman bagi penggunanya.

c. Policy Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, policy atau kebijakan dalam penggunaan layanan transaksi digital seperti Mobile Banking harus berlandaskan pada prinsip-prinsip syariah. Salah satu prinsip utama dalam hal ini adalah amanah (kepercayaan), yang mewajibkan penyedia layanan untuk menjaga data pribadi pengguna dengan sebaik-baiknya. Penyedia layanan harus memastikan bahwa

²¹ Dye TR, *Understanding Public Policy*. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, 1992.

seluruh kebijakan privasi dan keamanan yang diterapkan tidak melanggar hak-hak pengguna dan tidak menimbulkan kerugian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Prinsip ini menunjukkan bahwa dalam Islam, tanggung jawab dan perlindungan terhadap hak individu adalah bagian dari akhlak ekonomi yang luhur.

Hal ini sejalan dengan firman Allah swt dalam Q.S. An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤْدُوا الْأَمْلَاتِ إِلَى أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعُدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمًا
يَعْظُّكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahannya:

Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.²²

Ayat ini menunjukkan bahwa dalam Islam, menjaga amanah, termasuk dalam bentuk digital dan kebijakan transaksi, merupakan tanggung jawab moral dan spiritual yang tidak boleh diabaikan. Oleh karena itu, setiap bentuk kebijakan M-Banking harus disusun dan dijalankan dengan menjunjung tinggi nilai-nilai keadilan dan perlindungan hak nasabah. Kebijakan (*Policy*) juga harus bebas dari unsur *gharar* (ketidakpastian) dan *riba* (bunga) yang dilarang dalam agama Islam. Oleh karena itu, transparansi menjadi menjadi salah satu elemen penting dalam setiap kebijakan M-Banking. Pengguna harus diberikan informasi yang jelas terkait

²² Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Surah An Nisa: Ayat 58.”

biaya transaksi, perlindungan data serta bagaimana data mereka digunakan oleh pihak penyedia layanan.

Misalnya, kebijakan harus menjelaskan secara rinci bahwa data pengguna tidak akan digunakan untuk tujuan komersial tanpa persetujuan mereka, hal ini sejalan dengan prinsip *maslahah* (kemanfaatan) dimana kebijakan harus dirancang untuk memberikan manfaat maksimal bagi semua pihak yang terlibat. Dari perspektif syariah sendiri kebijakan M-Banking juga harus mencakup aspek *hisbah* (pengawasan).²³

Yang dimana pada dasarnya lembaga keuangan Islam harus memastikan bahwa setiap transaksi yang dilakukan melalui M-Banking sesuai dengan nilai-nilai Islam baik dalam penggunaan dana maupun perlindungan hak konsumen. Penyedia layanan wajib untuk memiliki mekanisme untuk menyelesaikan sengketa atau keluhan pengguna secara adil, cepat dan transparan. Dalam konteks ini, peran regulator seperti OJK juga penting untuk memastikan bahwa kebijakan yang diterapkan oleh pihak bank syariah atau penyedia layanan M-Banking selaras dengan prinsip-prinsip hukum Islam.

6. *Privacy*

a. Pengertian *Privacy*

Privasi (*Privacy*) merupakan hak yang dimiliki oleh setiap individu untuk mengontrol informasi pribadi mereka dan bagaimana informasi tersebut dikumpulkan, disimpan atau dibagikan oleh pihak lain. Menurut Alan Westin *Privacy* adalah ha katas privasi sebagai klaim dari individu, kelompok ataupun

²³ Ascarya, *Akad dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: Rajawali Press, 2014.

lembaga yang berguna untuk menentukan mengenai kapan, bagaimana dan sampai sejauh mana informasi tentang mereka dapat dikomunikasikan kepada orang lain. Keleluasaan cakupan *Privacy* biasanya menjadikan banyaknya pengaturan mengenai *Privacy* di suatu negara baik dalam jenis ataupun tingkatannya.²⁴

Privasi (*Privacy*) sendiri merupakan hak yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan digital, yang dimana ketika pengguna merasa bahwa data pribadi mereka aman dan terlindungi maka mereka akan cenderung lebih nyaman dan percaya untuk menggunakan layanan seperti M-Banking. Namun sebaliknya, kekhawatiran akan adanya pelanggaran privasi atau penyalahgunaan data dapat menjadi salah satu faktor menurunnya niat pengguna untuk memanfaatkan layanan digital. Sehingga penerapan *Privacy* dalam layanan M-Banking juga berkaitan dengan kepatuhan terhadap regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, yang dimana bagi Bank yang mematuhi regulasi ini cenderung akan lebih dipercaya oleh pengguna.

Dengan demikian *Privacy* dapat menjadi salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan digital seperti M-Banking. Dengan persepsi yang positif terhadap perlindungan *Privacy* yang ditawarkan oleh pihak bank dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pengguna, sehingga semakin baik jaminan *Privacy* yang mereka berikan maka semakin besar pula kemungkinan masyarakat merasa nyaman dan aman menggunakan layanan tersebut.

²⁴ Westin AF, *Privacy and Freedom*, New York: Atheneum, 1967.

b. Indikator *Privacy*

Dalam hal ini terdapat beberapa indikator penting terkait *Privacy* yang harus dipenuhi yaitu:

- 1) Adanya jaminan hukum terhadap perlindungan data konsumen.
- 2) Pengumpulan data pribadi yang hanya sebatas diperlukan.
- 3) Persetujuan konsumen terkait penyebaran informasi.
- 4) Kenyamanan yang dirasakan konsumen saat memberikan informasi pribadi mereka.

Yang dimana dengan memenuhi indikator-indikator tersebut maka bank dapat dengan mudah membangun kepercayaan dan memberikan pengalaman yang positif kepada pengguna, sehingga dapat mendukung keputusan mereka dalam menggunakan layanan *M-Banking*.

c. *Privacy* Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, *Privacy* atau privasi adalah salah satu bagian dari hak asasi manusia yang wajib dilindungi, termasuk dalam konteks transaksi online menggunakan *M-Banking*. Yang dimana privasi yang dimaksud mencakup perlindungan atas data pribadi pengguna seperti informasi identitas, nomor rekening dan riwayat transaksi. Seperti yang kita ketahui bahwasannya ada beberapa prinsip penting yang ada di dalam agama Islam salah satunya ialah amanah dan Islam melarang dengan keras pengkhianatan terhadap kepercayaan, Islam menegaskan bahwa pihak penyedia layanan M-Banking harus memiliki

tanggung jawab yang besar untuk dapat menjaga data pengguna agar tidak disalahgunakan. Sesuai dengan firman Allah swt dalam Q.S Al-Baqarah:2/283:

وَإِنْ كُنْتُمْ عَلَى سَفَرٍ وَلَمْ تَجِدُوا كَاتِبًا فَرَهِنْ مَقْبُوضَةً فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا فَلَيُؤْدِي الْأَذِي أُوْتَمَنَ أَمَانَةً
وَلِيُتَّقِ اللهُ رَبُّهُ وَلَا تَكُنُمُوا الشَّهَادَةَ وَمَنْ يَكْتُمْهَا فَإِنَّهُ أَثِمٌ قَلْبُهُ وَاللهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلَيْمٌ

Terjemahannya:

“Dan jika kamu dalam perjalanan sedang kamu tidak mendapatkan seorang penulis, maka hendaklah ada barang jaminan yang dipegang. Tetapi, jika sebagian kamu mempercayai sebaian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhanmu dan janganlah kamu menyembunyikan kesaksian, karena barangsiapa yang menyembunyikannya sungguh hatinya kotor (berdosa) Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”²⁵

Dari ayat tersebut dapat diketahui bahwa sangat penting bagi kita menekankan untuk memenuhi amanah dalam urusan keuangan dan melibatkan kepercayaan antara kedua belah pihak. Selain itu *Privacy* dalam transaksi online juga mencakup mengenai larangan terhadap segala bentuk *gharar* (ketidakpastian) dan *ghasb* (pengambilan hak orang lain tanpa izin). Sehingga penyedia layanan M-Banking harus memiliki sistem keamanan yang kuat untuk dapat mencegah terjadinya peretasan atau kebocoran data yang dapat merugikan pengguna.

Dalam hal ini, kebijakan perlindungan *Privacy* tidak hanya menjadi kewajiban hukum tetapi juga moral, sesuai dengan *maqashid syariah* yaitu menjaga harta (*hifz al-mal*) dan hak-hak individu, dengan sistem yang adil dan transparan pengguna dapat melakukan transaksi secara aman tanpa khawatir data mereka akan disalahgunakan untuk tujuan yang melanggar prinsip syariah. Perlindungan privasi

²⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’ān Dan Terjemahannya, Surah Q.S Al-Baqarah:2/283.”

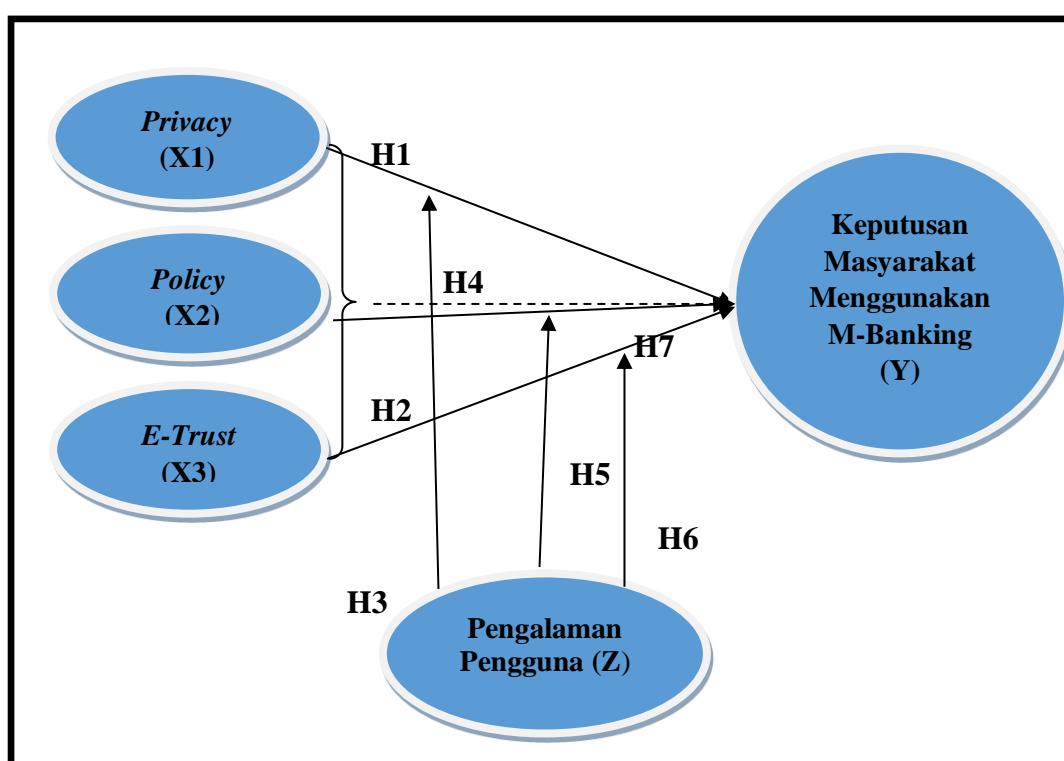
pengguna M-Banking bukan hanya untuk kepentingan individu tetapi juga untuk menjaga stabilitas dan kepercayaan dalam ekosistem ekonomi Islam.²⁶

C. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini variabel dependennya adalah Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking. *Privacy*, *Policy* dan *E-trust* menjadi variabel yang mempengaruhi atau variabel independen. Pengalaman Pengguna sebagai variabel moderating atau moderasi yang bisa memperlemah atau bahkan memperkuat variabel independen terhadap variabel dependen.

Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut :

Gambar 2. 1
Model Penelitian



²⁶ Antonio MS, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani, 2001.

D. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hypo yang berarti dibawah dan thesa yang berarti kebenaran. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih diuji. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.²⁷

Berdasarkan latar belakang dan masalah yang dikemukakan, maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Diduga *Privacy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y).
- H₂: Diduga *Policy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y).
- H₃: Diduga *E-trust* berpengaruh signifikan secara parisal terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y).
- H₄: Diduga *Privacy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y) dengan Pengalam Pengguna sebagai Variabel Moderating.
- H₅: Diduga *Policy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y) dengan Pengalam Pengguna sebagai Variabel Moderating.
- H₆: Diduga *E-trust* berpengaruh signifikan secara parisal terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking (Y) dengan Pengalam Pengguna sebagai Variabel Moderating.

²⁷ Ibid, 21

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran).¹ Dalam melakukan penelitian kuantitatif, salah satu langkah yang penting ialah membuat desain penelitian. Adapun desain penelitian yang digunakan yakni Kausal-Komparatif untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau hubungan kausal antara variabel independen (*Privacy, Policy, dan E-trust*) terhadap variabel dependen (keputusan masyarakat).

B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Kartono populasi diartikan sebagai totalitas semua kasus, kejadian, orang, hal, dan lain-lain.² Sedangkan menurut Nazir mendefinisikan populasi sebagai kumpulan individu serta ciri-ciri yang telah ditetapkan.³ Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Palu yang bertransaksi online menggunakan M-Banking, yang dimana jumlah populasi penelitian ini belum diketahui.

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023).

² Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial* (Bandung: Mandar Maju, 1996), 42.

³ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2020), 120.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹ Maka jika populasi terlalu besar peneliti tidak mungkin untuk menjangkau semua populasi misalnya karena keterbatasan kondisi, waktu dan tenaga. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah sebagian populasi dari masyarakat Kota Palu yang masuk dalam kriteria untuk mengisi kuesioner.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini adalah metode Teknik accidental sampling merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan salah satu yang cocok, artinya sampel yang diperoleh oleh seorang peneliti secara kebetulan tanpa ada perancanaan terlebih dahulu dan peneliti meyakini bahwa orang tersebut layak dijadikan sumber infoemasi untuk penelitiannya.²

Di dalam penelitian sampel kriteria yang digunakan yaitu:

1. Masyarakat Kota Palu yang sudah mempunyai Mobile Banking.
2. Masyarakat Kota Palu yang bersedia mengisi kuesioner penelitian.
3. Masyarakat Kota Palu yang sudah menggunakan Mobile Banking minimal 6 bulan.

Dengan demikian agar jumlah sampel yang dipergunakan dapat sebanding dengan jumlah populasi, maka jumlah sampel dapat dihitung dengan rumus lameshow yang merupakan rumus yang digunakan untuk mengetahui jumlah

¹ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, Cet. XXIX (Bandung: Alfabeta, 2017). 81

² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Alfabeta, 2020). 85

sampel yang tidak diketahui. Jika besar populasi (N) tidak diketahui akan digunakan rumus Lemeshow.³

$$n = \frac{z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = nilai standar 1,96

P = maksimal estimasi=0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error 10%.

Dari rumusan tersebut maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan rumus Lameshow dengan maksimal estimasi 50% dan tingkat kesalahan 10%.

$$n = \frac{z^2 \times P (1 - P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,84 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,1^2}$$

$$n = 96 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang didapatkan, untuk memudahkan penelitian dibulatkan menjadi 100 responden.

³ Janeile Klar Dan Stephen K. Lwanga Stanley Lemeshow, David W. Hosmer J, *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan* (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 1997).

C. Variabel Penelitian

Variabel merupakan pusat perhatian dalam penelitian kuantitatif. Secara singkat variabel dapat didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi atau memiliki lebih dari satu nilai.⁴

Jenis-jenis variabel dalam penelitian dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Variabel bebas (*independent variable*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel lain. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel “X”. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu *Privacy*, *Policy* dan *E-trust*.

2. Variabel terikat (*dependent variable*)

Variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel yang dipengaruhi dalam penelitian ini yaitu Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking.

3. Variabel moderator (*moderating variable*)

Merupakan variabel yang menghubungkan antara variabel bebas (variabel independen) dengan variabel terikat (variabel dependen). Variabel yang memoderasi dalam penelitian yaitu Pengalaman Pengguna.

⁴ Ibid, 55

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (diobservasi).⁵ Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	<i>Privacy</i> (X_1)	Privasi (<i>Privacy</i>) merupakan hak yang dimiliki oleh setiap individu untuk mengontrol informasi pribadi mereka dan bagaimana informasi tersebut dikumpulkan, disimpan atau dibagikan oleh pihak lain. Menurut Alan Westin <i>Privacy</i> adalah ha katas privasi sebagai klaim dari individu, kelompok ataupun lembaga yang berguna untuk menentukan mengenai kapan, bagaimana dan sampai sejauh mana informasi tentang mereka dapat dikomunikasikan kepada orang lain.	1. Adanya jaminan hukum terhadap perlindungan data konsumen, 2. Pengumpulan data pribadi yang hanya sebatas diperlukan, 3. Persetujuan konsumen terkait penyebaran informasi serta 4. Kenyamanan yang dirasakan konsumen saat memberikan informasi pribadi mereka. ⁶
2.	<i>Policy</i> (X_2)	Kebijakan (<i>Policy</i>) adalah aturan atau pedoman yang dibuat untuk memastikan keamanan, keadilan dan efisiensi dalam penggunaan suatu layanan. Dalam konteks digital, kebijakan ini sering melibatkan aturan	1. <i>Data Security</i> 2. <i>Transparency</i> 3. <i>Communication</i> 4. <i>Compliance</i> 5. <i>Consumer protection</i> . ⁷

⁵ Sumardi Suryabrata, *Metode Penelitian*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2010), 29.

⁶ Baabdullah A, et.al, *An Integrated Model for M-Banking Adoption in Saudi Arabia*. Int J Bank Mark, Vol. 37 No. 2, (2019), 452-478.

⁷ Dye TR, *Understanding Public Policy*. 7th ed. New Jersey: Prentice Hall, 1992.

		terkait perlindungan data, keamanan transaksi dan transparansi. Menurut Winarno, kebijakan (<i>Policy</i>) adalah seperangkat keputusan yang dibuat untuk menghadapi suatu masalah atau situasi tertentu guna mencapai tujuan yang diinginkan.	
3.	<i>E-trust</i> (X ₃)	Menurut Moorman, Zaltman, dan Deshpande, kepercayaan didefinisikan sebagai keinginan untuk mengandalkan mitra pertukaran yang dianggap memiliki reputasi. ⁸ Definisi ini mencakup dua pendekatan umum terhadap trust, yaitu sebagai ekspektasi mengenai kebenaran mitra berdasarkan keahlian dan keandalan mereka, serta sebagai niat atau perilaku yang mencerminkan ketergantungan pada mitra dan melibatkan kerentanan dari pihak yang memberikan kepercayaan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Integrity</i> 2. <i>Competence</i> 3. <i>Consistency</i> 4. <i>Loyalty</i> 5. <i>Openness</i>⁹
3.	Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking (Y)	Keputusan masyarakat adalah proses pemikiran dan tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam masyarakat untuk menentukan suatu pilihan berdasarkan berbagai faktor seperti kebutuhan, preferensi, informasi yang tersedia ataupun pengaruh lingkungan sosial.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepercayaan dan Keamanan. 2. Faktor Sosial. 3. Aksesibilitas Teknologi.¹⁰
4.	Pengalaman Pengguna (Z)	Pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) adalah persepsi dan respons seseorang saat menggunakan produk, sistem ataupun layanan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Learnability</i> 2. <i>Efficiency</i> 3. <i>Memorability</i> 4. <i>Errors</i>

⁸ Gerald Zaltman Christine Moorman, Rohit Deshpande, "Factors Affecting Trust in Market Research Relations," *Journal of Marketing* 57, no. 1 (1993): 81–101.

⁹ Bela Aprila, "Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo)," *Skripsi Uin Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 18–19.

¹⁰ Melanie dan M. Taufiq, *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking di Surabaya*, Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen Vol. 3 No. 1 (2020), 44–45.

		Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wiyarsih, Ismu Widarto dan Masrumi, pengalaman pengguna mencakup aspek emosional dan kognitif yang dialami selama interaksi dengan sistem.	5. <i>Satisfaction</i> . ¹¹
--	--	---	--

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Dalam instrumen penelitian terdapat variabel, sub variabel, dan indikatornya.¹² Adapun skala dalam pengukuran yang digunakan adalah skala Ordinal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen kuesioner sebagai daftar pernyataan yang diberikan kepada Masyarakat Kota Palu yang bertransaksi online menggunakan M-Banking. Responden akan memilih jawaban yang telah disediakan dengan pemberian skor sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Ordinal

Jenis Jawaban	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

¹¹ Nielsen J, *Usability Engineering*. Morgan Kaufmann (1993).

¹² Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2005), 76.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data.¹³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematik terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Peneliti telah melakukan pengamatan langsung dan menemukan masalah yang menjadi alasan untuk melakukan penelitian ini.
2. Kuesioner adalah Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner yang diberikan kepada Masyarakat Kota Palu yang bertransaksi online menggunakan M-Banking.
3. Sumber data dalam pengumpulan data yang digunakan yakni data primer yang diperoleh dari responden melalui kuesioner dan data sekunder terdiri atas sumber dari buku-buku, website, penelitian terdahulu baik jurnal ilmiah atau skripsi.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam pernyataan atau pertanyaan yang harus dieliminasi atau dibuang dan diganti

¹³ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami)*, ed. Cet. III (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014), 73–74.

karena dianggap tidak relevan. Menurut Ghazali¹⁴ suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Uji Validitas memiliki kriteria penilaian yaitu, Apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid. Apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (pada taraf signifikansi $\alpha = 0,05$), maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan. Suatu pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila responden konsisten dalam memilih jawaban dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60.¹⁵

3. Uji Asumsi Klasik

- a) Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam pengujian data berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov serta didukung uji data normal p-plot. Data dikatakan diterima apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada ($p>0,05$). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($p<0,05$) maka data dikatakan ditolak.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*, Edisi 8, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), 52.

¹⁵ Imam Ghazali, 48.

- b) Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu variabel bebas (independen) saling berkorelasi atau tidak. Uji yang baik yaitu tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala tersebut dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance yaitu apabila nilai tolerance $<0,10$ atau VIF $>0,10$ maka terdapat multikolinieritas. Atau sebaliknya jika nilai tolerance $>0,10$ dan VIF <10 maka dapat menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.¹⁶
- c) Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.¹⁷ Apabila model regresi dari residual tetap antara satu pengamatan dengan lainnya maka disebut homoskedastisitas, uji yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dikatakan signifikan apabila memiliki tingkat signifikan > 0.05 .

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen (X₁, X₂ dan X₃) dengan variabel dependen (Y). Penggunaan analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan positif atau negatif antar variabel. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Untuk mendapatkan jawaban rumusan masalah dan hipotesis yang ada, maka dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, *Moderate Regression Analysis (MRA)*. Model regresi linear berganda untuk mengetahui Pengaruh *Privacy*, *Policy* dan *E-trust* terhadap Keputusan Masyarakat Dalam

¹⁶ Imam Ghazali, 170.

¹⁷ Imam Ghazali, 134.

Menggunakan M-Banking dengan Pengalaman Pengguna sebagai Variabel Moderating.

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

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstansta

b_1 = Koefesien regresi untuk X_1

b_2 = Koefesien regresi untuk X_2

b_3 = Koefisien regresi untuk X_3

X_1 = Variabel bebas pertama

X_2 = Variabel bebas kedua

X_3 = Variabel bebas ketiga¹⁸

5. **Moderate Regression Analysis (MRA)**

Metode ini dilakukan dengan menambahkan variabel perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya, sehingga persamaan umumnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_1 X_2 X_3$$

Sebagai contoh dengan Y adalah Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking, X_1 adalah *Privacy*, X_2 *Policy*, X_3 *E-trust* dan $X_1 X_2 X_3$ adalah perkalian antara *Privacy* dengan *Policy* dan *E-trust*. Hipotesis moderating diterima jika variabel $X_1 X_2 X_3$ mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y , tidak tergantung apakah X_1 , X_2 , dan X_3 mempunyai pengaruh terhadap Y atau tidak. Model ini biasanya menyalahi asumsi multikolinieritas.

1) Absolut Residual

¹⁸ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).
56

Model ini mirip dengan MRA, tetapi variabel moderating didekati dengan selisih mutlak (*absolut residual*) antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya. Penerimaan hipotesis juga sama, dan model ini masih risikan terhadap gangguan multikolinearitas meskipun risiko itu lebih kecil dari pada dengan metode MRA.

2) Residual

Model ini menggunakan konsep *lack of fit* yaitu hipotesis moderating diterima jika terdapat ketidakcocokan dari deviasi hubungan linear antara variabel independen. Langkahnya adalah dengan meregresikan antara *Privacy*, *Policy* dan *E-trust* terhadap Keputusan Masyarakat dan dihitung nilai residualnya. Pada program SPSS dengan *klik save* pada *regression*, lalu klik pada *unstandardized residual*. Nilai residual kemudian diambil nilai absolutnya lalu diregresikan antara *Privacy* terhadap *absolut residual*. Hipotesis moderating diterima jika nilai t hitung adalah negatif dan signifikan.

Model moderating ditentukan dengan tinjauan teoritis, sehingga analisis dengan moderating hanya mengkonfirmasi saja teori tersebut apakah cocok dengan model empiris. Tidak boleh menggunakan alat statistik moderating untuk mengidentifikasi bahwa variabel itu merupakan variabel moderating. Untuk pengujian uji asumsi klasik yang lain tetap harus dilakukan pada setiap metode yang akan digunakan. Meskipun demikian, untuk metode absolut residual tidak dapat dilakukan uji multikolinearitas karena modelnya hanya menjadi regresi linear sederhana.

6. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan alternatif tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Untuk menguji hipotesis menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Caranya untuk menguji hipotesis menggunakan uji T dan uji F.¹⁹

a. Uji T

Untuk mengetahui apakah variabel *Independen* yang diteliti secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Dependen*. Untuk mengetahui koefisien penentu yaitu dengan mengkuadratkan koefisien parsial yang akan menjadi koefisien penentu parsial yang artinya penyebab perubahan pada variabel Y yang datangnya dari variabel X₁, X₂, X₃ dan Z.

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel *Independen/bebas* yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel *Dependen/terikat*.²⁰ Untuk mengetahui apakah variabel *Independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *Dependen*, dilakukan perbandingan antar F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan 0,05.

7. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengukur atau melihat seberapa besar pengaruh atau kontribusi variabel idependen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinan semakin besar (mendekati satu) menunjukkan semakin banyak kemampuan variabel X menerangkan variabel Y di mana $0 < R^2 < 1$.

¹⁹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*.

²⁰ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013). 139

Sebaliknya jika R² (semakin kecil mendekati nol, maka akan dikatakan bahwa pengaruh variabel independen adalah kecil terhadap variabel dependen). Hal ini berarti model yang digunakan lemah atau belum kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen tersebut.²¹

- a. Besarnya nilai koefisien determinan terletak antara 0 sampai dengan 1 atau ($0 < R^2 < 1$).
- b. Nilai 0 menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- c. Nilai 1 menunjukkan adanya hubungan yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.

²¹ Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS* (Yogyakarta : Andi, 2018), 89

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Gambaran Umum Lokasi Penelitian*

Kota Palu sebagai Ibukota Provinsi Sulawesi Tengah terletak pada kawasan dataran lembah Palu dan teluk Palu. Wilayahnya terdiri dari lima dimensi yaitu wilayah pegunungan, lembah, sungai, teluk dan lautan. Secara astronomis, Kota Palu berada antara $0^{\circ},36''$ - $0^{\circ},56''$ Lintang Selatan dan $119^{\circ},45''$ - $121,1''$ Bujur Timur, sehingga tepat berada digaris Khatulistiwa dengan ketinggian 0-700 meter dari permukaan laut. Luas wilayah Kota Palu mencapai 395,06 kilometer persegi yang terbagi menjadi delapan kecamatan. Batas-batas administrasi Kota Palu adalah sebagai berikut :

- a. Utara : Kabupaten Donggala
- b. Selatan : Kabupaten Sigi
- c. Barat : Kabupaten Donggala
- d. Timur : Kabupaten Donggala dan Kabupaten Parigi Moutong

Letak Kota Palu berbentuk memanjang dari timur ke barat terdiri dari dataran rendah, dataran bergelombang dan dataran tinggi. Berdasarkan topografinya, wilayah Kota Palu dapat dibagi menjadi 3 zona ketinggian yaitu :

- a. Sebagian kawasan bagian barat sisi timur memanjang dari arah utara selatan, bagian timur ke arah utara dan bagian utara sisi barat memanjang dari utara ke selatan merupakan dataran rendah/pantai dengan ketinggian antara 0- 100m di atas permukaan laut.

- b. Kawasan bagian sisi barat dan selatan, kawasan timur ke arah selatan dan utara ke timur dengan ketinggian 100-500m diatas permukaan laut.
- c. Kawasan pegunungan dengan ketinggian lebih dari 500m di atas permukaan laut.

B. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden dan Sampel Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kota Palu, Sulawesi Tengah. Data penelitian menggunakan instrumen kuesioner yang dibagikan kepada Masyarakat Kota Palu yang menggunakan M-Banking dalam melakukan transaksi online sebagai sampel penelitian. Kuesioner disebarluaskan oleh peneliti kepada sampel yang diteliti dengan perincian sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Deskripsi Kuesioner

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

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada BAB III dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang Masyarakat Kota Palu yang melakukan transaksi online dengan menggunakan M-Banking. Data responden dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

- a. Responden Terbanyak

Tabel 4. 2
Deskripsi Responden Terbanyak

Responden	Frekuensi	Presentase %
Mahasiswa	65	65%
Masyarakat	35	35%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.2 menunjukan bahwa dari 100 orang sampel dalam penelitian ini, responden terbanyak berasal dari mahasiswa yang ada di Kota Palu yang berjumlah sebanyak 65 orang dengan persentase 65% sedangkan sisanya yakni berasal dari masyarakat Kota Palu yakni 35 orang dengan persentase (35%).

b. Jenis Kelamin

Tabel 4. 3
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
Laki-laki	45	45%
Perempuan	55	55%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.3 menunjukan bahwa dari 100 orang sampel dalam penelitian ini, jumlah responden laki-laki sebanyak 45 orang dengan persentase yakni (45%) sedangkan responden perempuan sebanyak 55 orang dengan presentase (55%).

c. Usia

Tabel 4. 4
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase %
< 20 tahun	65	65%
21-30 tahun	23	23%
31-40 tahun	8	8%
> 40 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.4 menunjukan bahwa dari 100 orang sampel dalam penelitian ini, jumlah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 65 orang dengan persentase yakni (65%), jumlah responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase yakni (23%), jumlah responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase yakni (8%) sedangkan responden yang berusia >40 tahun sebanyak 4 orang dengan persentase yakni (4%).

d. Pendidikan Terakhir

Tabel 4. 5

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase %
SMA/SMK	75	75%
S1	20	20%
D3	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa jumlah responden dari segi pendidikan, dimana kebanyakan responden berasal dari lulusan SMA/SMK yakni sebanyak 75 orang (75%), kemudian dari lulusan S1 yaitu 20 responden (20%) dan responden sisanya berasal dari lulusan D3 berjumlah 5 orang (5%).

e. Lama Menggunakan M-Banking

Tabel 4. 6

Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan M-Banking

Lama Menggunakan M-Banking	Frekuensi	Presentase %
< 6 Bulan	9	9%
6 Bulan – 1 Tahun	15	15%
1-2 Tahun	30	30%
> 2 Tahun	46	46%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa jumlah responden dari segi Lama Menggunakan M-Banking, dimana responden yang menggunakan M-Banking <6 Bulan sebanyak 9 orang (9%), kemudian responden yang menggunakan M-Banking 6 Bulan-1 Tahun yaitu 15 responden (15%), responden yang menggunakan M-Banking 1-2 Tahun yaitu 30 responden (30%) sisanya responden yang menggunakan M-Banking >2 Tahun berjumlah 46 orang (46%).

f. Aplikasi M-Banking yang digunakan

Tabel 4.7

Deskripsi Aplikasi M-Banking Yang Digunakan

Aplikasi M-Banking	Frekuensi	Presentase %
BRI	30	30%
BCA	19	19%
BSI	11	11%
BNI	24	24%
Mandiri	16	16%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa dari sekian banyak jenis aplikasi M-Banking kebanyakan dari responden menggunakan aplikasi M-Banking BRI yang dimana pada tabel di atas dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan M-Banking BRI sebanyak 30 orang dengan persentasi sebesar (30%) sedangkan aplikasi M-Banking BSI menjadi aplikasi terendah yang digunakan oleh responden dengan jumlah 11 orang dengan persentase yakni (11%).

C. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses analisis yang terdapat data-data yang berbentuk angka dengan cara perhitungan secara statistik untuk menganalisis Pengaruh Privacy, Policy dan E-Trust Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating.

1) Uji Validitas

Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan pada Masyarakat Kota Palu yang bertransaksi online

menggunakan M-Banking dengan menggunakan uji korelasi pearson product moment pada software SPSS versi 23.

Tabel 4. 8
Uji Validitas Variabel X1 (Privacy)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X1 (Privacy)	1	0,486	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,561		
	3	0,577		
	4	0,544		
	5	0,665		
	6	0,442		
	7	0,731		
	8	0,571		

Sumber : Data Output SPSS. 23, 2025

Pada tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X1 dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai-nilai Corrected Item-Total Correlation pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,19 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4. 9
Uji Validitas Variabel X2 (Policy)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X2 (Policy)	1	0,606	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,670		
	3	0,710		
	4	0,750		
	5	0,846		
	6	0,782		
	7	0,814		
	8	0,761		
	9	0,819		
	10	0,776		

Sumber : Data Output SPSS. 23, 2025

Pada tabel 4.9 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X2 dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai-nilai Corrected Item-Total Correlation pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,19 terhadap nilai syarat minimum yang ditetapkan.

Tabel 4. 10
Uji Validitas Variabel X3 (E-Trust)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X3 (E-Trust)	1	0,736	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,869		
	3	0,855		
	4	0,692		
	5	0,836		
	6	0,863		
	7	0,828		
	8	0,796		
	9	0,680		
	10	0,768		

Sumber: Data Output SPSS.23, 2025

Pada tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel X3 dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai-nilai Corrected Item-Total Correlation pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,19 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

Tabel 4. 11
Uji Validitas Variabel Z (Pengalaman Pengguna)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Z (Pengalaman Pengguna)	1	0,747	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,788		
	3	0,742		
	4	0,511		
	5	0,682		
	6	0,835		
	7	0,855		
	8	0,777		

Sumber: Data Output SPSS.26, 2024

Pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel Z dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai-nilai Corrected Item-Total Correlation pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,19 terhadap nilai syarat minimum yang ditetapkan.

Tabel 4. 12
Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Menggunakan M-Banking)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Y (Keputusan Menggunakan M- Banking)	1	0,642	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,733		
	3	0,665		
	4	0,703		
	5	0,686		
	6	0,616		

Sumber: Data Output SPSS. 23, 2025

Pada tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa semua indikator variabel Y dinyatakan valid. Karena data dikatakan valid ketika nilai $r_{hitung} > r_{kritis}$. Hal ini menunjukkan nilai-nilai Corrected Item-Total Correlation pada masing-masing pernyataan lebih besar dari 0,19 terhadap nilai syarat minimum yang telah ditetapkan.

2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan uji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang telah dibagikan. Jika kuesioner tersebut itu reliabel, jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas diuji terhadap seluruh pertanyaan atau pernyataan pada penelitian ini dan menggunakan program SPSS (Statistical Packaged For Sosial Sciences) versi 26 for windows dengan uji statistik Cronbach's Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai lebih dari $> 0,60$. Dasar pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Reliability Statistics		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Privacy (X1)	0,701	8
Policy (X2)	0,915	10
E-Trust (X3)	0,934	10
Pengalaman Pengguna (Z)	0,756	8
Keputusan Menggunakan M-Banking (Y)	0,887	6

Sumber : Data Output SPSS. 23, 2025

Pada tabel 4.13 di atas menunjukkan variabel X1 nilai cronbach's alpha bernilai 0,701, variabel X2 nilai cronbach's alpha bernilai 0,915, variabel X3 nilai cronbach's alpha bernilai 0,934, variabel Z nilai cronbach's alpha bernilai 0,756 dan variabel Y nilai cronbach's alpha bernilai 0,887 maka kuesioner yang diuji dinyatakan reliabel.

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

D. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Pengujian data dilakukan dengan menggunakan uji kolmogrov-smirnov serta didukung uji data normal p-plot. Data dikatakan diterima apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada ($p>0,05$). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ($p<0,05$) maka data dikatakan ditolak.¹

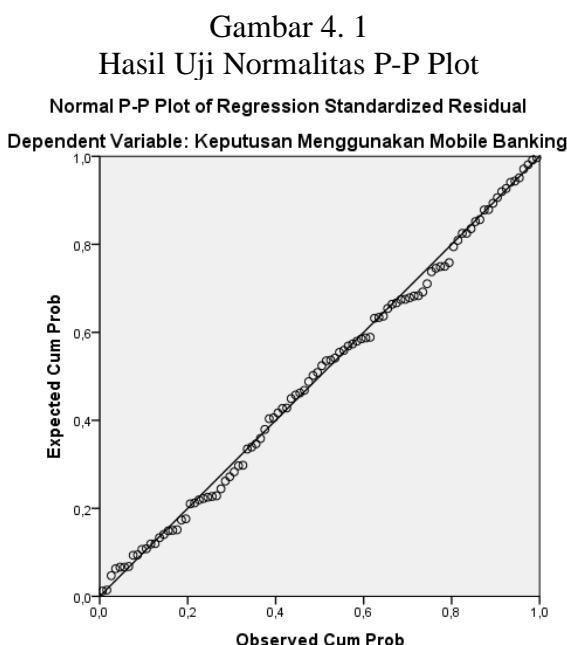
Berikut ini hasil uji normalitas menggunakan uji kolmogrov-smirnov dan grafik P-P Plot menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 23 :

¹ Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan LISREL : Teori Dan Aplikasi Untuk Analisis Data Penelitian*, (Bandung : Alfabeta, 2015), 454

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

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09936781
Most Extreme Differences	Absolute	,046
	Positive	,046
	Negative	-,030
Test Statistic		,046
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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



Sumber: Data Output SPSS versi 23, 2025

Berdasarkan tabel 4.14 hasil Uji Kolmogrov-Smirnov diketahui bahwa data berdistribusi normal hal ini dikarenakan seluruh data yang diperoleh memiliki nilai Sig. (2-tailed), sehingga diperoleh hasil $0,200 > 0,05$ yang dimana berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data penelitian diatas berdistribusi normal.

Hal ini juga didukung dengan hasil gambar 4.1 di atas, yang dimana dapat dilihat bahwa berdasarkan gambar P-P Plot tersebut data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal pada grafik histogram, hal ini menunjukkan bahwa pola distribusi normal. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan grafik P-P Plot, model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolonearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi antar variabel tersebut, maka hal ini terdapat problem multikolonearitas. Adapun adanya korelasi ataupun tidaknya dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflance Factor (VIF). Koefisien korelasi antar variabel harus dibawah 0,10. Jika korelasi kuat maka hal tersebut terjadi masalah multikolonearitas.² Adapun cara untuk mendeteksinya, yaitu dengan melihat tabel berikut :

Tabel 4. 15
Hasil Uji Multikolonearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631		
Privacy	,155	,053	,172	2,922	,004	,984	1,016
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000	,995	1,005
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371	,987	1,014

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa, terlihat perhitungan nilai Tolerance menunjukkan bahwa tidak adanya variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0,10 dimana pada variabel Privacy mendapatkan nilai 0,984, variabel Policy mendapatkan nilai 0,995 dan E-Trust mendapatkan nilai 0,987 dan nilai VIF dari

² Ibid 35

masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10 sehingga hal ini dinyatakan bahwa penelitian ini bebas dari Multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini merupakan salah satu uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada analisis regresi linier dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan sebuah uji data dalam statistik.³

Tabel 4. 16
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	2,020	1,132		1,785	,077
Privacy	,056	,031	,183	1,841	,069
Policy	-,052	,018	-,277	-1,761	,074
E-Trust	-,016	,017	-,092	-,927	,356
Pengalaman Pengguna	,015	,023	,064	,637	,525

a. Dependent Variable: Abs_Ress

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 dapat dikatakan bahwa nilai variabel X1 dikatakan homogen karena memiliki nilai signifikan $0,06 > 0,05$, yang berarti variabel Privacy tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Pada variabel X2 nilai sig. $0,07 > 0,05$ yang berarti variabel Policy termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Pada variabel X3 nilai sig. $0,35 > 0,05$ yang berarti variabel E-Trust termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan variabel Z dengan nilai sig. $0,52 > 0,05$ yang berarti Pengalaman Pengguna termasuk homogen dan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Ketiga variabel yang diteliti tidak mengalami gejala heteroskedastisitas karena nilai sig. $> 0,05$.

³ Ibid, 169

E. Analisis Regresi Linear Berganda

Pada penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda, analisis regresi linear berganda adalah salah satu metode atau alat analisis statistic non parametric yang berfungsi menganalisis kaitan hubungan antara dua variabel atau lebih pada penelitian yang berbeda, yaitu variabel independen dan variabel dependen dengan membutuhkan data terdiri dari beberapa hasil observasi dan pengukuran yang berkolompok. Penelitian ini akan melihat adanya pengaruh, baik secara parsial maupun simultan variabel penelitian.⁴ Berikut ini adalah hasil uji data yang merupakan data output SPSS 23.

Tabel 4. 17
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631
Privacy	,156	,053	,172	2,922	,004
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking
Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Berdasarkan tabel 4.17, maka bentuk persamaan regresi dari model tersebut adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_2 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$Y = 0,912 + 0,156X_1 + 0,429X_2 + 0,027X_3$$

Dari persamaan diatas menunjukkan bahwa ketiga variabel yang mana variabel X1 (Privacy), variabel X2 (Policy) dan variabel X3 (E-Trust) memiliki

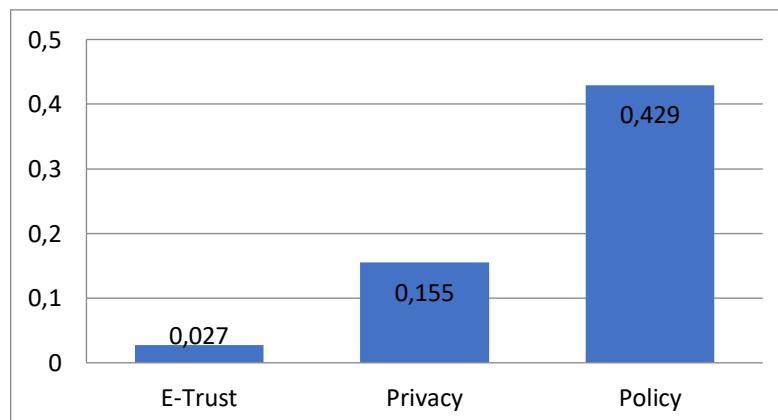
⁴ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014).

arah positif terhadap variabel dependen (Keputusan Menggunakan M-Banking). hasil perhitungan diatas dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta persamaan linear menunjukan angka 1,357 ini diartikan jika variabel independen yaitu X1 (Privacy), X2 (Policy) dan X3 (E-Trust) diasumsikan (0), maka variabel Keputusan Menggunakan M-Banking akan meningkat sebesar 0,912.
- b. Nilai koefisien variabel Privacy (X1) bernilai positif yaitu sebesar 0,155. Hal ini menunjukkan jika variabel Privacy (X1) mempunyai hubungan yang baik, maka Keputusan Menggunakan M-Banking (Y) akan meningkat 0,155.
- c. Nilai koefisien variabel Policy (X2) bernilai positif yaitu sebesar 0,429. Hal ini menunjukkan jika variabel Policy (X2) mempunyai hubungan yang baik, maka Keputusan Menggunakan M-Banking (Y) akan meningkat 0,429.
- d. Nilai Koefisien variabel E-Trust (X3) bernilai positif yaitu sebesar 0,027. Hal ini menunjukkan jika variabel E-Trust (X3) mempunyai hubungan yang baik, maka Keputusan Menggunakan M-Banking (Y) akan meningkat 0,027.

Adapun jumlah hasil nilai variabel terendah sampai yang tertinggi dapat dilihat pada diagram berikut ini:

Gambar 4.2
Diagram Data Terendah-Tertinggi



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki nilai terendah berasal dari variabel E-Trust (X3) dengan nilai 0,027, kemudian variabel Privacy (X1) dengan nilai yakni 0,155 sedangkan variabel tertinggi yakni variabel Policy (X2) dengan nilai yakni 0,429. Sehingga berdasarkan data diagram diatas dapat diketahui bahwa variabel yang paling berpengaruh berasal dari variabel Policy (X2) disusul oleh variabel Privacy X1 dan yang paling kecil pengaruhnya terhadap variabel Y berasal dari variabel E-Trust (X3).

F. Uji Hipotesis

1. Hipotesis T

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X1), (X2) dan (X3) benar-benar memberikan kontribusi secara parsial atau terpisah terhadap variabel dependen (Y) atau tidak.⁵ Hasil datanya dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 18
Hasil Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631
Privacy	,156	,053	,172	2,922	,004
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking
Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Pada tabel 4.18 hasil perhitungan statistik di atas, uji T dari variabel apabila dimasukkan dalam regresi terlihat sebagai berikut :

- 1) Diketahui bahwa variabel Privacy (X₁) diperoleh $t_{hitung} = 2,922 > t_{tabel} = 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) .0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya

⁵ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*.

0,00<0,05 dengan ini menunjukkan bahwa variabel Privacy berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

- 2) Diketahui bahwa variabel Policy (X_2) diperoleh $t_{hitung} 13,507 >t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya 0,00<0,05 dengan ini menunjukkan bahwa variabel Policy berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.
- 3) Diketahui bahwa variabel E-Trust diperoleh $t_{hitung} 0,899 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi 0,37 lebih besar dari nilai alpha (α) 0,05 artinya 0,37>0,05 dengan ini menunjukkan bahwa variabel E-Trust tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

2. Hipotesis F

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu (X_1), (X_2) dan (X_3) benar-benar memberikan kontribusi secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Y) atau tidak.⁶ Hasil datanya dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 19
Hasil Uji Hipotesis F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	897,569	3	299,190	65,827	,000 ^b
Residual	436,327	96	4,545		
Total	1333,896	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

b. Predictors: (Constant), E-Trust, Policy, Privacy

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Pada tabel 4.19 hasil uji Anova atau F test diketahui bahwa nilai signifikansi untuk Privacy, Policy dan E-Trust berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan

⁶ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21, Edisi 7* (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013). 139.

Menggunakan M-Banking sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} = 65,827 > F_{tabel} = 2,699$ sehingga disimpulkan bahwa Privacy, Policy dan E-Trust secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

G. Uji Variabel Moderating

Uji ini digunakan untuk menguji variabel Pengalaman Pengguna (Z) memoderasi pengaruh Privacy, Policy dan E-Trust terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking. Adapun syarat pengujiannya adalah :

Model ini menggunakan konsep lack of fit yaitu hipotesis moderating diterima terjadi jika terdapat ketidakcocokan dari deviasi hubungan linear antara variabel independen. Langkahnya adalah dengan meregresikan antara Privacy, Policy dan E-Trust terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking dan dihitung nilai residualnya. Pada program SPSS dengan klik save pada regression, lalu klik pada unstandardized residual. Nilai residual kemudian diambil nilai absolutnya lalu diregresikan antara Privacy, Policy dan E-Trust terhadap absolut residual. Hipotesis moderating diterima jika nilai t hitung adalah negatif dan signifikan kurang atau lebih kecil dari alpha (α) 0,05.⁷

Tabel 4. 20
Hasil Uji Variabel Moderating Bawa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh Privacy Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	21,290	2,221		9,586	,000
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	-,250	,109	-,225	-2,286	,024

⁷ Lie Liana, "Analisis Regresi Dengan Variabel Moderating," *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK XIV*, No. 2 (2009) : 90–97.

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Dari hasil pengujian diatas nilai T_{hitung} bernilai negatif -2,286 dan nilai signifikan $0,02 < 0,05$. Artinya bahwa Pengalaman Pengguna memoderasi pengaruh Privacy terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai negatif dan signifikan.

Tabel 4. 21

Hasil Uji Variabel Moderating Bawa Pengalaman Pengguna Memoderasi

Pengaruh Policy Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3,530	2,270		1,555	,123
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	-1,471	,112	-,799	-13,159	,000

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Dari hasil pengujian diatas nilai T_{hitung} bernilai Negatif -13,159 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa Pengalaman Pengguna memoderasi pengaruh Policy terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai negatif dan signifikan.

Tabel 4. 22

Hasil Uji Variabel Moderating Bawa Pengalaman Pengguna Memoderasi

Pengaruh E-Trust Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	30,384	4,054		7,496	,000
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	,099	,200	,050	,498	,619

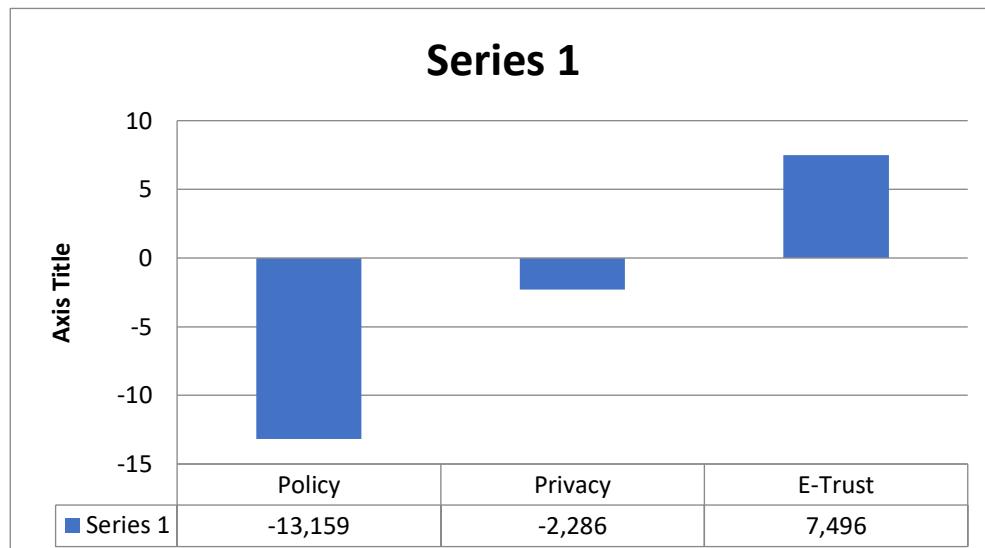
a. Dependent Variable: Abs_Res3

Dari hasil pengujian diatas nilai T_{hitung} bernilai Positif 7,496 dan nilai signifikan $0,619 > 0,05$. Artinya bahwa Pengalaman Pengguna tidak memoderasi pengaruh E-Trust terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai positif dan tidak signifikan.

Adapun bentuk diagram dari data diatas dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 4.3

Diagram Hasil Uji Moderating



Berdasarkan diagram diatas dapat diketahui bahwa variabel yang memiliki nilai terendah berasal dari variabel E-Trust (X3) dengan nilai 7,496 kemudian variabel Privacy (X1) dengan nilai yakni -2,286 sedangkan variabel tertinggi yakni variabel Policy (X2) dengan nilai yakni -13,159. Yang dimana berdasarkan hasil ini dapat diketahui bahwa variabel yang paling dimoderasi oleh Pengalaman Pengguna (Z) terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking yakni variabel Policy (X2).

H. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinan dilakukan untuk mengetahui bagaimana presentase dari keberpengaruhannya variabel-variabel penelitian yaitu variabel

independen terhadap variabel dependen.⁸ Hasil perhitungan statistik oleh SPSS versi 23 menunjukkan presentase keberpengaruhannya variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

Tabel 4. 23
Hasil Uji Koefisien Determinan (R2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,820 ^a	,673	,663	2,13192	1,949

- a. Predictors: (Constant), E-Trust, Policy, Privacy
- b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R2) sebesar 0,663 ini artinya sebagai presentase atau variasi kontribusi variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar 66,3%. Sedangkan sisanya yaitu 33,7% merupakan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking yang dimana tidak diteliti penelitian ini.

C. Pembahasan

Bagian ini menjelaskan tentang uji pengaruh x terhadap y dan pengalaman sebagai variabel moderasi dari hubungan x dan y. :

1. Pengaruh *Privacy* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Privacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking,

⁸ Wahid Sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS* (Yogyakarta : Andi, 2018), 89.

yang dibuktikan dengan hasil uji T. *Privacy* (X_1) $t_{hitung} 2,922 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) $.0,00$ lebih kecil dari nilai alpha (α) $0,05$ artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa *privacy* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

Penelitian menunjukkan bahwa ketika seseorang merasa bahwa dengan layanan digital seperti M-Banking dapat membuat mereka mengontrol informasi pribadi mereka terkait bagaimana informasi tersebut dikumpulkan, disimpan atau dibagikan oleh pihak lain, sehingga membuat mereka akan merasa bahwa data pribadi mereka aman dan terlindungi privasi datanya, maka mereka akan cenderung merasa lebih nyaman dan percaya untuk menggunakan layanan M-Banking. Yang dimana minat mereka untuk bertransaksi secara online dengan menggunakan M-Banking akan cenderung meningkat. Yang dimana pengaruh ini memiliki nilai statistic yang positif dan signifikan secara pasti. Ini berarti, meskipun terkadang terdapat banyak kasus penyalahgunaan data hingga adanya hacker pada layanan keuangan digital, hal tersebut tidak menjadi penghalang pada keputusan masyarakat untuk bertransaksi dengan menggunakan M-Banking. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Nur Avif, M. Agus Salim dan Arini Fitria Mustapita, privasi memiliki pengaruh terhadap keputusan bertransaksi mahasiswa di aplikasi dana.⁹

Hasil ini juga sejalan dengan teori TAM yang dimana teori TAM dibentuk bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance)

⁹ Muhammad Nur Avif, M. Agus Salim dan Arini Fitria Mustapita, Pengaruh Kepercayaan, Privasi dan Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi di Aplikasi Dana (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang), *e-Jurnal Riset Manajemen*, 2023.

pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaan dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. *Technology Acceptance Model* merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. Teori ini diformulasikan oleh Fred Davis, yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja.¹⁰

Yang dimana jika kita kaitkan hasil penelitian ini dengan teori TAM maka dapat diketahui bahwa teori ini sejalan dengan hasil penelitian yang teiti oleh peneliti. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menjelaskan terkait sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi yang dimana dikarenakan seseorang merasa bahwa dengan menggunakan M-Banking data mereka akan lebih aman maka yang terjadi masyarakat mengambil keputusan untuk menggunakan M-Banking saat melakukan transaksi secara online.

2. Pengaruh *Policy* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Policy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking, yang dibuktikan dengan hasil uji T. *Policy* (X_2) diperoleh $t_{hitung} = 13,507 > t_{tabel} = 1,984$ dan nilai signifikansi (sig) 0,00 lebih kecil dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,00 < 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa *Policy* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

¹⁰ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989).

Penelitian ini menunjukkan dimana ketika *policy* (kebijakan) memiliki peran yang strategis dalam mengatur, membimbing dan memastikan agar penggunaan teknologi secara digital aman, efisien dan bertanggung jawab, yang dimana kita ketahui bahwa dalam dunia teknologi digital, data dan informasi pengguna menjadi aset berharga yang rentan terhadap ancaman seperti pencurian data, peretasan ataupun penyalahgunaan. Sehingga kebijakan dengan rancangan yang baik dapat membangun kepercayaan, mengurangi risiko dan memberikan rasa aman kepada masyarakat yang cenderung lebih memilih menggunakan layanan M-Banking¹¹

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siti Nurjanah dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa kebijakan pihak bank dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menggunakan layanan M-Banking.¹²

Hasil ini juga sejalan dengan teori TAM yang dimana teori TAM dibentuk bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaan dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi.

¹¹ P. Therole of trustine-commerce relational exchange: a unified model. Inf Manag, 2009 Vol. 46 No.2, 213-220.

¹² Siti Nurjanah, *Pengaruh Kebijakan Pihak Bank dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan M-Banking*, Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB), Vol. 20, No. 3 (2020).

Teori ini diformulasi oleh Fred Davis, yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja.¹³

Yang dimana menurut teori TAM ketika seseorang memiliki keyakinan akan manfaat suatu teknologi maka mereka akan menerima teknologi tersebut dengan sangat baik dan memanfaatkannya secara maksimal, yang dimana dengan begitu mereka dapat memperoleh keuntungan lebih banyak dibandingkan kerugian.

3. Pengaruh *E-Trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Trust* tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking, yang dibuktikan dengan hasil uji T. *E-Trust* (X_3) diperoleh t_{hitung} $0,899 < t_{tabel}$ 1,984 dan nilai signifikansi (sig) 0,37 lebih besar dari nilai alpha (α) 0,05 artinya $0,37 > 0,05$ dengan ini menunjukkan bahwa *E-Trust* tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

Penelitian ini menunjukkan dimana meskipun seseorang telah memiliki kepercayaan terhadap suatu layanan digital terutama M-Banking namun hal ini belum cukup mampu untuk dapat mempengaruhi keputusan mereka secara langsung untuk dapat menggunakan layanan M-Banking, sebab keputusan tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa hal lain seperti adanya keraguan yang disebabkan oleh banyaknya kasus hacker, kasus penyalahgunaan data dan lain sebagainya. Oleh karena itu, tingkat kepercayaan pelanggan menjadi faktor krusial dalam menentukan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap suatu layanan perbankan

¹³ Fred D. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989).

digital.¹⁴ Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Annastasya Dalila Putri Berlian dengan hasil penelitiannya menyatakan bahwa *E-Trust* dan *E-WOM* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kembali layanan BSI *Mobile*.¹⁵

Hasil ini juga sejalan dengan teori TAM yang dimana teori TAM dibentuk bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (acceptance) pengguna terhadap suatu sistem informasi. TAM menjelaskan hubungan sebab akibat antara keyakinan akan manfaat suatu sistem informasi maupun kemudahan penggunaan dan perilaku, tujuan/keperluan, dan penggunaan aktual dari pengguna/user suatu sistem informasi. Technology Acceptance Model atau disingkat dengan TAM merupakan teori yang paling sering digunakan dalam studi-studi untuk menjelaskan bagaimana seseorang dapat menerima suatu sistem informasi. Teori ini diformulasi oleh Fred Davis, yang saat itu ia gunakan untuk menganalisis penerimaan terhadap teknologi baru di lingkungan kerja.¹⁶

Yang dimana menurut teori TAM ketika seseorang memiliki keyakinan akan manfaat suatu teknologi maka mereka akan menerima teknologi tersebut dengan sangat baik dan memanfaatkannya secara maksimal, namun sebaliknya jika seseorang tidak memiliki keyakinan terhadap suatu teknologi maka mereka akan cenderung kurang untuk menggunakan teknologi tersebut, sekalipun itu sangat membantu untuk memudahkan aktivitas mereka.

¹⁴ Bela Aprila, “Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo),” *Skripsi Uin Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 18–19.

¹⁵ Annastasya Dalila Putri Berlian, *Pengaruh E-Trust, E-WOM, E-Service Quality Terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan BSI Mobile Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi di Wilayah Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi*, Jurnal Hukum Islam dan Perbankan Syariah, Vol. 13 No.1 Juni 204.

¹⁶ Fred D. Davis, “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989).

4. Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *Privacy* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian uji SPSS menunjukkan bahwa pengalaman pengguna memoderasi pengaruh *Privacy* terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking yang dibuktikan dengan hasil uji nilai T_{hitung} bernilai negatif -2,286 dan nilai signifikan $0,02 < 0,05$. Artinya bahwa pengalaman pengguna memoderasi pengaruh *Privacy* terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai negatif dan signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berperan sebagai variabel moderasi antara pengaruh *Privacy* terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking. Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiyarsih, Ismu Widarto dan Masrumi, pengalaman pengguna mencakup aspek emosional dan kognitif yang dialami selama interaksi dengan sistem. Dalam hal M-Banking pengalaman pengguna yang positif sangat penting untuk dapat menarik dan mempertahankan pengguna, yang dimana pengalaman pengguna dalam M-Banking dipengaruhi oleh desain antarmuka, kecepatan transaksi, keamanan serta kemudahan akses dan navigasi. Sehingga keseluruhan pengalaman pengguna merupakan elemen kunci dalam pengembangan produk atau layanan digital.¹⁷ Hasil dari penelitian ini sesuai dengan penelitian milik Muhammad Iqbal Fasa yang dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengalaman pengguna memiliki pengaruh dalam meningkatkan ketiga variabel tersebut.¹⁸

¹⁷ Reni Kartika Dewi, Yudi Irawan Faturrohman, Riska Aisa dan Agus Setiawan, *Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Banking “BTNS Mobile” Dengan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ)*. Lisyabab: Jurnal Studi Islam dan Sosial, Vol. 4 No. 2 (2023), 262-275.

¹⁸ Muhammad Iqbal Fasa, *Pengaruh Keamanan, Privasi dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol. 20, No. 2 (2020).

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa pengalaman pengguna terkait *Privacy* baik itu yang dirasakan secara langsung ataupun tidak langsung, dapat memengaruhi setiap individu dalam menggunakan layanan digital M-Banking. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan sebagian besar masyarakat sudah merasa bahwa dengan menggunakan M-Banking mereka menganggap akan sangat mudah dalam mengontrol data pribadi mereka yang ada didalam aplikasi berbasis android, sebab telah memiliki banyak pengalaman terkait layanan digital tersebut.

5. Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *Policy* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian uji SPSS menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pengguna memoderasi pengaruh *Policy* terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking yang dibuktikan dengan hasil uji nilai T_{hitung} bernilai Negatif -13,159 dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Artinya bahwa Pengalaman Pengguna memoderasi pengaruh *Policy* terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai negatif dan signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pengguna berperan aktif sebagai variabel moderasi antara pengaruh *Policy* terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking. Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiyarsih, Ismu Widarto dan Masrumi, pengalaman pengguna mencakup aspek emosional dan kognitif yang dialami selama interaksi dengan sistem. Dalam konteks M-Banking pengalaman pengguna yang positif sangat penting untuk dapat menarik dan mempertahankan pengguna, yang dimana pengalaman pengguna dalam M-Banking dipengaruhi oleh desain antarmuka, kecepatan transaksi, keamanan serta kemudahan akses dan navigasi.

Namun sebaliknya pengalaman pengguna yang negatif akan cenderung membuat mereka berpikir dua kali untuk kembali menggunakan layanan tersebut.

Sehingga secara keseluruhan pengalaman pengguna merupakan elemen kunci dalam pengembangan produk atau layanan digital. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna serta penggunaan instrument evaluasi yang tepat sangat membantu pengembangan dalam menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan untuk digunakan.¹⁹

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa pengalaman pengguna terkait *Policy* dapat memengaruhi setiap individu dalam menggunakan layanan digital M-Banking. Hal ini disebabkan oleh kemungkinan sebagian besar masyarakat sudah merasa bahwa *Policy* (kebijakan) yang diberlakukan bisa saja tidak sesuai dengan keinginan mereka, sehingga hal ini tentu saja dapat mempengaruhi keputusan masyarakat.

6. Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *E-Trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian uji SPSS menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pengguna tidak memoderasi pengaruh *E-Trust* terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking yang dibuktikan dengan hasil uji nilai T_{hitung} bernilai Positif 7,496 dan nilai signifikan $0,619 > 0,05$. Artinya bahwa Pengalaman Pengguna tidak memoderasi pengaruh *E-Trust* terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking karena nilai T_{hitung} bernilai positif dan tidak signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Pengalaman Pengguna tidak berperan sebagai variabel moderasi antara pengaruh *E-Trust* terhadap Keputusan Masyarakat

¹⁹ Reni Kartika Dewi, Yudi Irawan Faturrohman, Riska Aisa dan Agus Setiawan, Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Banking “BTNS Mobile” Dengan Usability Testing dan User Experience Questionnaire (UEQ). Lisyabab: *Jurnal Studi Islam dan Sosial*, Vol. 4 No. 2 (2023), 262-275.

Menggunakan M-Banking. Penelitian ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Wiyarsih, Ismu Widarto dan Masrumi, pengalaman pengguna mencakup aspek emosional dan kognitif yang dialami selama interaksi dengan sistem. Dalam konteks M-Banking pengalaman pengguna yang positif sangat penting untuk dapat menarik dan mempertahankan pengguna, yang dimana pengalaman pengguna dalam M-Banking dipengaruhi oleh desain antarmuka, kecepatan transaksi, keamanan serta kemudahan akses dan navigasi.

Sehingga secara keseluruhan pengalaman pengguna merupakan elemen kunci dalam pengembangan produk atau layanan digital. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi pengguna serta penggunaan instrument evaluasi yang tepat sangat membantu pengembangan dalam menciptakan produk yang tidak hanya fungsional tetapi juga menyenangkan untuk digunakan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah bahwa pengalaman pengguna terkait *E-Trust* baik itu yang dirasakan secara langsung ataupun tidak langsung, tida dapat langsung memengaruhi keputusan setiap individu dalam menggunakan layanan digital M-Banking. Hal ini dikarenakan kepercayaan seseorang terkait suatu layanan digital ataupun teknologi terkadang dipengaruhi oleh adanya pengalaman yang mereka lakukan sebelumnya, yang dimana kepercayaan seseorang akan timbul ketika mereka telah merasakan ataupun menggunakan layanan tersebut lebih dulu.

7. Pengaruh *Privacy*, *Policy* Dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking

Berdasarkan hasil penelitian uji SPSS menunjukkan bahwa variabel *Privacy*, *Policy* dan *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking yang dibuktikan dengan bahwa nilai signifikansi untuk

Privacy, Policy dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} = 65,827 > F_{tabel} = 2,699$ sehingga disimpulkan bahwa *Privacy, Policy* dan *E-Trust* secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking.

Hal ini menunjukkan bahwa *Privacy, Policy* dan *E-Trust* secara simultan atau bersama sama memberikan pengaruh terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan M-Banking dengan Pengalaman Pengguna sebagai variabel moderating. Konsep ini sejalan dengan Teori *Techlonogy Acceptance Model* (TAM) yang dikemukakan oleh (Davis 1989), menyatakan bahwa orang cenderung menerima dan menggunakan teknologi jika mereka menganggapnya mudah digunakan dan bermanfaat.²⁰ Penelitian ini penting karena dapat membantu kita mengetahui sejauh mana masyarakat siap dan mau menerima inovasi keuangan. Hasilnya dapat memberikan gambaran tentang bagaimana perekonomian berkembang dan sejauh mana kemajuan modernitas yang ada di sekitaran masyarakat.

Pengalaman pengguna sangat penting dalam transaksi menggunakan M-Banking, ini dikarenakan, dengan adanya pengalaman, masyarakat akan cenderung lebih paham dan lebih berhati-hati terkait data, enkripsi, dan kebijakan yang akan mereka gunakan. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan dasar bagi pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan dan mendukung teknologi transaksi non tunai dengan layanan digital seperti M-Banking.

Temuan ini juga memiliki implikasi untuk pembangunan ekonomi lokal. Sebagai indikator modernitas, adopsi bertransaksi non tunai dapat dianggap sebagai langkah positif dalam memperkuat ekosistem keuangan dan meningkatkan kualitas

²⁰ Tesa Jamilatul Qomariah, Analisis Penerimaan Pengguna Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM), (*Jakarta : Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah 2022*), 1

layanan di masyarakat. Selain itu, melibatkan pemerintah setempat dan pemangku kepentingan bisnis dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat akan manfaat dan keamanan dalam bertransaksi non tunai.²¹

²¹ Redaksi OCBC NISP, *Alat Pembayaran Non Tunai: Jenis, Manfaat, dan Kekurangannya*, <https://www.ocbc.id/id/article/2021/10/14/alat-pembayaran-non-tunai>

BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Privacy*, *Policy* dan *E-Trust* Terhadap Keputusan Masyarakat Dalam Menggunakan M-Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderating. Maka ditarik kesimpulan :

1. *Privacy* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
2. *Policy* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
3. *E-Trust* tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking
4. Pengalaman Pengguna memoderasi Pengaruh *Privacy* terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
5. Pengalaman Pengguna memoderasi Pengaruh *Policy* terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
6. Pengalaman Pengguna tidak memoderasi Pengaruh *E-Trust* terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
7. *Privacy*, *Policy* dan *E-Trust* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan Masyarakat dalam Menggunakan M-Banking.
8. Adapun kelemahan pada penelitian ini yaitu didapati bahwa banyak masyarakat yang masih kurang paham mengenai E-Trust terhadap aplikasi M-Banking.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian maka penulis memberikan saran : Bagi Masyarakat Kota Palu agar lebih sering menggunakan layanan digital seperti M-Banking sebagai alat pembayaran karena hal tersebut dapat membantu pemerintah dalam upaya memajukan perekonomian melalui pembayaran digital dikarenakan tantangan zaman kedepannya menuntut kalangan muda harus siap menghadapi semua sistem yang mengarah ke digitalisasi.

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mampu mengembangkan hasil dari penelitian ini dengan mengubah objek dan subjek penelitian serta variabel dalam penelitian ini, agar nantinya peneliti dapat memiliki wawasan yang lebih luas dibandingkan penelitian saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2005.
- Avif, Muhammad Nur, M. Agus Salim, and Arini Fitria Mustapita. "Pengaruh Kepercayaan, Privasi, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Bertransaksi Di Aplikasi DANA (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang)." *E-Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 09 (2022): 114–23. www.fe.unisma.ac.id.
- Bela Aprila. "Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction, Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam Di Sukoharjo)." *Skripsi UIN Raden Mas Said Surakarta*, 2023, 18–19.
- Berlian, Annastasya Dalila Putri. "Pengaruh E-Trust, E-WOM, E-Service Quality Terhadap Minat Menggunakan Kembali Layanan BSI Mobile Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Mediasi Di Wilayah Tambun Selatan, Kabupaten Bekasi." *Jurnal Hukum Islam Dan Perbankan Syariah* 13, no. 1 (2024).
- Christine Moorman, Rohit Deshpande, & Gerald Zaltman. "Factors Affecting Trust in Market Research Relations." *Journal of Marketing* 57, no. 1 (1993): 81–101. <http://www.jstor.org/stable/1252059>.
- Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly: Management Information Systems* 13, no. 3 (1989): 319–39. <https://doi.org/10.2307/249008>.
- Dewi, Riza Kartika, Yahya Ichsan Faturrohman, Rosi Aisa, and Agus Setiawan. "Analisis Pengalaman Pengguna Aplikasi Mobile Banking ‘BTNS Mobile’ Dengan Usability Testing Dan User Experience Questionnaire (UEQ)." *Lisyabab : Jurnal Studi Islam Dan Sosial* 4, no. 2 (2023): 262–75.
- Fasa, Muhammad Iqbal. "Pengaruh Keamanan, Privasi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Dengan Pengalaman Pengguna Sebagai Variabel Moderasi." *Jurnal Manajemen Dan Bisnis* 20, no. 2 (2020).
- Fishbein, M., & Ajzen, I. *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS* 23. Edisi 8, C. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Imam Ghazali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 21, Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

- Kartono. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar Maju, 1996.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. “Al-Qur'an Dan Terjemahannya, Surah Ar-Rahman: Ayat 33.” diakses dari <https://quran.kemenag.go.id>, 2025.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. *Principles of Marketing (13th Ed)*. Upper Saddle River: NJ: Pearson Education, 2010.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. *Marketing Management. 15th Edition*. New Jersey: Pearson, 2016.
- Naufal, Rafianto, Dimas, and Saifulloh. “Penerapan Metode Scrum Pada Pembuatan User Experience Landing Page Sistem Informasi Lentera.” *Jurnal Sistem Informasi Dan Sains Teknologi* 3, no. 2 (2021): 1–14.
- Nawangasari, Sri, and Nadea Dwirahma Putri. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Ilmiah Matrik* 22, no. 1 (2020): 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2020.
- Nurdin, Nurdin. “The Roles Of Information Technology In Islamic Bank Knowledge Management A Study of Two Syariah Banks in Palu.” *Hunafa: Jurnal Studia Islamika* 13, no. 2 (2016): 181–217.
- 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/10.24239/jsi.v1>.
- Nurjanah, Siti. “Pengaruh Kebijakan Pihak Bank Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menggunakan Layanan M-Banking.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)* 20, no. 3 (2020).
- Subhiyakto, Egia Rosi, Yani Parti Astuti, and Liya Umaroh. “Perancangan User Interface Aplikasi Pemodelan Perangkat Lunak Menggunakan Metode User Centered Design.” *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi* 1, no. 1 (2021): 145–54. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v1i1.4266>.
- Sudirman, I Made Stevana Adi Santhika, and I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. “Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, Dan Loyalitas Nasabah Internet Banking Di Kota Denpasar.” *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia* 1, no. 4 (2018): 473–88. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i4.52>.

- Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Suwartono. *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014.
- Triyanti, Debi, Reny Fitriana Kaban, and Muhammad Iqbal. “Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah.” *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis* 2, no. 1 (2021): 51. <https://doi.org/10.24853/jmm.2.1.51-62>.
- Wiratna Sujarweni, V. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2023.
- _____. *Metodologi Penelitian (Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami)*. Edited by Cet. III. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014.
- _____. *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014.
- Yuwono, Raka, Ario Wibowo, Satrio Hadi Wijoyo, and Retno Indah Rokhmawati. “Analisis Pengalaman Pengguna Pada Aplikasi Mobile Banking Di Indonesia Dengan Menggunakan Usability a Dan User Experience Questionnaire (UEQ) (Studi Pada JakOne Mobile Dan BCA Mobile).” *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer* 3, no. 6 (2019): 5666–73.

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

PENGARUH PRIVACY, POLICY, DAN E-TRUST TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN MOBILE BANKING DENGAN PENGALAMAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Kepada Yth. Saudara Saudari
Pengguna Layanan *Mobile Banking*
Di Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat

Ijinkan perkenalkan nama saya Iftita (215150123) mahasiswi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Datokarama Palu. Bersama ini saya memohon kesediaanya untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang diberikan sebagai data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada Program Studi Sarjana Ekonomi Universitas Islam Negeri Datokarama Palu.

Saya menyadari permohonan ini sedikit mengganggu kegiatan Saudara/i dalam kuesioner ini tidak ada hubungannya dengan status atau kedudukan dalam instansi, maka jawaban yang benar adalah jawaban yang menggambarkan keadaan Saudara/i. Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, jawaban yang anda berikan akan saya jamin kerahasiaannya dan hanya akan saya gunakan untuk kepentingan ilmiah.

Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dalam waktu singkat.

Hormat Saya



Iftita

NIM. 201.5.15.0123

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah identitas anda secara lengkap dan benar.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti.
3. Pilihlah jawaban dari tabel daftar pernyataan dengan memberi tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i.
4. Teliti kembali semua jawaban dan jangan sampai ada yang belum terjawab.

Berikut ini adalah keterangan alternatif jawaban:

Simbol	Kategori	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

B. Identitas Responden

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki
- Usia : < 20 Tahun 21-30 tahun
 31-40 Tahun > 40 Tahun
- Pendidikan Terakhir : SMA/SMK Diploma
 Sarjana Pascasarjana
- Lama Menggunakan *Mobile Banking* : < 6 bulan 6 bulan – 1 Tahun
 1 – 2 Tahun > 2 Tahun

C. Daftar Pernyataan:

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
Privacy (X1)						
1	Saya merasa data pribadi saya dilindungi oleh hukum saat menggunakan <i>Mobile Banking</i> .					
2	Saya merasa aman memberikan data pribadi saya karena adanya hukum yang berlaku					
3	<i>Mobile Banking</i> hanya mengumpulkan data pribadi yang benar-benar mereka perlukan					
4	Pengumpulan data pribadi yang dilakukan oleh layanan <i>Mobile Banking</i> masih berada dalam batas normal atau tidak berlebihan					
5	Saya selalu dimintai persetujuan sebelum data pribadi saya dibagikan kepada pihak lain					
6	Saya selalu menerima informasi ketika data pribadi saya diperlukan oleh pihak lain					
7	Saya merasa nyaman saat diminta untuk memberikan informasi pribadi aplikasi <i>Mobile Banking</i>					
8	Saya dengan senang hati memberikan informasi pribadi saya pada aplikasi <i>Mobile Banking</i> karena sistem keamanannya yang terpercaya					
Policy (X2)						
9	Saya merasa data saya aman karena kebijakan keamanan yang diterapkan oleh <i>Mobile Banking</i>					
10	<i>Mobile Banking</i> telah menggunakan sistem keamanan yang terpercaya untuk melindungi informasi data konsumennya					
11	Informasi mengenai kebijakan privasi mudah diakses dan dipahami oleh pengguna					
12	Penyedia layanan <i>Mobile Banking</i> menjelaskan secara terbuka bagaimana data pribadi saya digunakan untuk mengakses layanan					
13	Saya selalu menerima pemberitahuan yang jelas ketika terdapat perubahan dalam kebijakan layanan					
14	<i>Mobile Banking</i> memberikan informasi yang memadai tentang fitur dan risiko layanan					
15	Saya percaya bahwa <i>Mobile Banking</i> mematuhi aturan dan regulasi terkait perlindungan data konsumen					

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
16	Saya percaya bahwa aplikasi <i>Mobile Banking</i> telah mengikuti standar aturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah					
17	Saya merasa hak saya sebagai pengguna dilindungi saat saya menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
18	<i>Mobile Banking</i> telah menyediakan prosedur pengaduan yang jelas dan mudah diakses bila terjadi masalah dikemudian hari					
<i>E-Trust (X3)</i>						
19	Saya percaya bahwa penyedia layanan <i>Mobile Banking</i> telah bersikap jujur dalam mengelola informasi pribadi saya					
20	Penyedia <i>Mobile Banking</i> telah menjalankan layanannya sesuai dengan komitmen yang mereka sampaikan					
21	Saya percaya bahwa penyedia <i>Mobile Banking</i> kompeten dalam mengelola sistem layanan dan data saya					
22	Saya percaya bahwa penyedia layanan <i>Mobile Banking</i> mampu menangani masalah atau gangguan teknis dengan profesional					
23	Layanan <i>Mobile Banking</i> selalu memberikan performa yang stabil					
24	Layanan dan informasi yang diberikan oleh <i>Mobile Banking</i> selalu diperbarui secara konsisten					
25	Saya akan tetap setia menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> meskipun ada layanan aplikasi pembayaran yang lain					
26	Saya selalu memberikan rekomendasi kepada orang lain karena saya percaya terhadap aplikasi ini					
27	Penyedia layanan <i>Mobile Banking</i> selalu memberikan informasi secara terbuka					
28	Saya merasa sangat mudah untuk mengetahui kebijakan terbaru dari layanan <i>Mobile Banking</i>					
Keputusan Menggunakan <i>Mobile Banking</i> (Y)						
29	Saya percaya bahwa layanan <i>Mobile Banking</i> selalu menjaga kerahasiaan setiap nasabahnya					
30	Saya selalu merasa aman ketika melakukan transaksi non-tunai dengan layanan <i>Mobile Banking</i>					

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
31	Lingkungan sosial saya memberikan pengaruh positif terhadap saya untuk selalu menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
32	Saya merasa dukungan dari orang-orang sekitar sangat berperan penting terhadap keputusan menggunakan <i>Mobile Banking</i>					
33	Saya merasa semua fitur yang ada pada aplikasi <i>Mobile Banking</i> sangat mudah untuk diakses					
34	Saya merasa aplikasi <i>Mobile Banking</i> sangat efektif dan efisien karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja					
Pengalaman Pengguna (Z)						
35	Saya dapat dengan mudah mempelajari dan mengetahui cara menggunakan aplikasi <i>Mobile Banking</i> sejak pertama kali menggunakannya					
36	Saya tidak memerlukan bantuan orang lain untuk mempelajari cara menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> untuk pertama kalinya					
37	Layanan <i>Mobile Banking</i> dapat mempercepat transaksi keuangan yang saya lakukan					
38	Saya tidak perlu lagi mendatangi bank ataupun ATM ketika hendak mentransfer uang kepada orang lain					
39	Saya tetap mengingat cara menggunakan layanan <i>Mobile Banking</i> meskipun telah lama tidak menggunakan layanan tersebut					
40	Saya tidak pernah mengalami kesulitan saat hendak menggunakan kembali layanan <i>Mobile Banking</i> yang telah lama tidak digunakan karena fiturnya yang mudah untuk di ingat					
41	Saya jarang mengalami kesalahan sistem saat menggunakan aplikasi <i>Mobile Banking</i>					
42	Saya tidak takut akan terjadi kesalahan dalam melakukan transaksi di layanan <i>Mobile Banking</i> sebab layanan ini menyediakan panduan atau solusi yang jelas terkait cara kerja sistem mereka					

LAMPIRAN II HASIL TABULASI DATA KUESIONER

No. Responde n	PRIVACY (X1)								TOT AL X1
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	
1	4	5	5	5	5	5	5	5	39
2	5	5	5	5	4	5	4	5	38
3	4	4	4	5	4	5	3	5	34
4	5	4	4	5	4	5	5	4	36
5	3	5	4	3	5	3	4	3	30
6	5	4	4	4	5	4	5	4	35
7	5	4	3	4	5	4	5	5	35
8	4	3	3	4	5	4	5	4	32
9	4	4	3	4	5	4	4	5	33
10	2	3	3	3	4	3	2	2	22
11	5	4	3	3	4	3	5	5	32
12	4	5	3	4	4	4	3	3	30
13	5	5	3	5	4	5	4	5	36
14	5	4	2	5	5	5	5	4	35
15	3	4	2	4	5	4	3	3	28
16	5	5	2	5	5	5	5	4	36
17	3	4	2	4	4	4	3	3	27
18	5	5	4	2	4	5	4	4	33
19	5	4	4	1	4	5	2	2	27
20	2	2	3	1	1	3	5	5	22
21	5	5	5	1	3	5	3	1	28
22	3	4	3	4	4	3	4	4	29
23	5	5	4	4	4	5	5	5	37
24	3	4	5	4	4	4	4	5	33
25	1	1	2	5	1	2	2	2	16
26	3	3	4	5	2	4	4	4	29
27	4	5	5	5	5	5	4	4	37
28	5	4	4	4	5	5	4	4	35
29	5	5	4	5	5	4	3	3	34
30	4	4	2	4	3	3	3	4	27
31	4	4	5	4	4	4	4	4	33
32	5	5	4	3	4	4	4	4	33
33	5	5	4	3	5	4	4	4	34
34	5	5	4	3	5	4	5	4	35
35	4	4	4	4	4	4	3	5	32

36	3	3	2	4	3	3	3	5	26
37	4	4	5	4	4	4	3	5	33
38	5	4	5	5	4	2	4	5	34
39	4	5	5	4	4	1	4	5	32
40	5	5	2	2	3	1	1	3	22
41	5	5	5	5	5	1	3	5	34
42	5	5	3	4	3	4	4	3	31
43	3	4	5	5	4	4	4	5	34
44	5	5	3	4	5	4	4	4	34
45	5	4	1	1	2	5	1	2	21
46	2	5	3	3	4	5	2	4	28
47	5	5	4	5	5	5	5	5	39
48	3	2	5	4	4	4	5	5	32
49	5	5	5	5	4	5	5	4	38
50	3	3	4	4	2	4	3	3	26
51	5	5	4	4	5	4	4	4	35
52	5	3	5	5	4	3	4	4	33
53	5	5	5	5	4	3	5	4	36
54	5	4	5	5	4	3	5	4	35
55	2	2	4	4	4	4	4	4	28
56	5	5	3	3	2	4	3	3	28
57	3	4	4	4	5	4	4	4	32
58	5	5	5	4	4	3	5	5	36
59	3	4	4	5	3	3	4	5	31
60	1	1	5	5	4	4	4	4	28
61	3	3	5	5	4	3	5	5	33
62	4	5	5	5	4	5	5	4	37
63	5	4	3	4	5	5	4	5	35
64	5	5	3	4	4	3	4	5	33
65	4	4	3	3	5	4	5	5	33
66	5	5	4	2	3	4	4	4	31
67	5	4	4	1	4	4	4	4	30
68	4	5	5	4	4	5	5	4	36
69	5	5	4	5	5	5	4	5	38
70	4	3	4	5	4	3	4	5	32
71	5	4	5	5	5	4	5	5	38
72	3	4	4	4	3	4	4	4	30
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	3	5	5	4	5	4	5	5	36

75	4	3	4	5	3	4	4	4	31
76	5	1	1	2	4	4	4	4	25
77	5	3	3	4	5	2	4	3	29
78	4	4	5	5	5	5	5	5	38
79	4	5	4	4	4	5	5	5	36
80	5	5	5	4	5	5	4	5	38
81	5	4	4	2	4	3	3	1	26
82	5	4	4	5	4	4	4	3	33
83	4	5	5	4	3	4	4	5	34
84	3	4	5	5	4	5	4	4	34
85	3	5	5	4	4	4	4	3	32
86	3	5	5	4	3	5	5	4	34
87	3	5	5	4	4	5	5	4	35
88	1	3	4	4	4	4	3	5	28
89	3	5	5	4	4	5	5	2	33
90	1	3	4	4	4	4	3	5	28
91	4	5	5	5	4	5	5	4	37
92	5	4	3	4	5	5	4	5	35
93	5	5	3	4	4	3	4	5	33
94	4	4	3	3	5	4	5	5	33
95	5	5	4	2	3	4	4	4	31
96	4	4	5	4	5	4	5	5	36
97	3	2	5	2	3	5	5	5	30
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40
99	2	3	2	2	2	3	1	2	17
100	4	4	4	4	4	4	5	5	34

50	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	36
51	4	3	4	5	3	2	4	4	3	5	37
52	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	18
53	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	39
54	3	3	4	4	4	5	4	5	5	4	41
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
56	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	27
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
59	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	39
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
61	1	2	4	4	4	4	5	4	5	4	37
62	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
63	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	39
64	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
65	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	42
66	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
67	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	43
68	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
69	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
70	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
71	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
72	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
73	4	5	5	5	4	2	4	4	3	4	40
74	2	2	4	4	4	4	3	5	4	4	36
75	5	1	1	1	4	3	5	5	3	1	29
76	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	42
77	4	5	4	4	4	3	5	3	4	4	40
78	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	38
79	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	47
80	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
81	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
82	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	45
83	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	36
84	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	46
85	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
86	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	36
87	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	32
88	4	4	4	1	1	1	1	4	4	4	28

89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	44
91	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	45
92	5	5	5	5	3	2	3	2	4	2	2	36
93	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
94	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	46
95	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	45
96	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	44
97	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	47
98	4	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	42
99	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
100	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47

No. Responden	E-TRUST(X3)										TOTAL X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	45
3	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	44
4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	44
5	5	4	4	5	5	5	3	3	5	5	44
6	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	39
7	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46
8	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	42
9	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	5	4	4	4	4	4	3	2	3	3	36
12	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
13	5	5	4	4	3	2	3	2	4	4	36
14	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	46
15	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	44
16	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	42
17	4	4	4	4	4	5	4	2	2	3	36
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	3	5	3	3	3	3	2	2	32
21	1	1	3	5	3	3	3	3	4	4	30
22	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	41
23	3	3	4	3	4	4	4	4	2	1	32
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41

25	1	1	2	3	2	1	1	1	5	4	21
26	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	40
27	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	35
28	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	40
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	41
31	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	46
32	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	38
33	3	3	4	5	3	3	4	3	4	4	36
34	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
35	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	41
36	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	36
37	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
38	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	37
39	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
40	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
41	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
42	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	44
43	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	3	4	4	3	5	4	3	4	3	3	36
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	45
51	2	3	5	2	4	5	5	3	4	1	34
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	25
54	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
55	5	4	4	5	5	3	4	5	3	4	42
56	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
57	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	31
58	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	43
59	3	3	3	5	5	2	2	5	4	3	35
60	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
61	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
62	3	2	3	3	2	1	2	3	3	2	24
63	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	45

64	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
65	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	44
66	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2	22
67	5	5	5	4	5	4	4	3	3	3	41
68	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	42
69	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	45
70	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	41
71	4	4	3	4	3	2	4	4	4	5	37
72	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	37
73	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
74	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	25
75	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	40
76	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	39
77	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	33
78	2	3	3	2	2	1	2	3	3	2	23
79	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	44
80	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	44
81	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
82	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	34
83	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	43
84	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	43
85	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	35
86	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	32
87	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	27
88	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	16
89	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	34
90	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	35
91	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	48
92	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
93	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	5	4	4	3	3	3	3	3	4	3	35
97	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	32
98	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	27
99	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	16
100	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	34

No. Responden	KEPUTUSAN MENGGUNAKAN MOBILE BANKING (Y)						TOTAL Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
1	4	5	5	4	4	4	26
2	4	4	4	4	4	3	23
3	4	5	5	4	3	4	25
4	5	3	2	4	4	4	22
5	5	5	5	4	3	3	25
6	4	5	5	4	5	5	28
7	4	5	5	5	5	5	29
8	4	5	5	4	4	4	26
9	5	5	5	5	5	5	30
10	4	4	4	4	4	4	24
11	3	4	5	3	3	3	21
12	3	4	5	3	3	3	21
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	4	4	4	24
16	2	2	2	2	2	2	12
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	4	4	4	25
19	4	5	5	4	5	3	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	5	4	4	4	3	24
24	4	4	5	4	4	4	25
25	4	4	4	4	4	4	24
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	5	4	4	5	4	26
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	4	5	4	4	3	24
30	2	1	1	2	2	2	10
31	4	4	4	4	4	4	24
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	4	3	4	3	3	22
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	5	5	5	5	5	30

37	4	5	5	5	5	4	28
38	4	5	5	3	4	1	22
39	5	5	5	5	5	5	30
40	3	1	2	3	2	3	14
41	4	5	5	4	5	4	27
42	5	3	4	5	3	4	24
43	4	5	5	4	4	4	26
44	3	3	4	3	3	3	19
45	5	4	4	5	3	5	26
46	5	2	2	5	4	3	21
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	5	5	4	4	26
49	4	2	2	5	5	5	23
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	3	5	24
52	3	2	1	4	2	5	17
53	4	3	4	4	4	4	23
54	5	4	5	5	5	5	29
55	4	4	4	4	4	3	23
56	5	2	3	4	3	4	21
57	4	4	4	5	5	4	26
58	3	5	5	4	4	4	25
59	5	5	5	5	4	3	27
60	4	3	3	3	4	3	20
61	5	5	4	4	3	4	25
62	5	4	4	5	4	5	27
63	4	4	4	4	5	5	26
64	5	5	5	3	3	5	26
65	5	4	5	5	4	5	28
66	5	5	5	5	4	5	29
67	4	5	5	5	5	5	29
68	4	5	5	4	5	4	27
69	5	5	5	5	5	5	30
70	5	5	5	5	4	4	28
71	4	5	5	4	5	5	28
72	5	5	5	3	3	5	26
73	5	4	5	5	4	4	27
74	1	1	4	4	4	4	18
75	4	4	4	1	1	4	18

76	5	5	5	1	1	5	22
77	5	4	4	5	5	5	28
78	5	5	5	5	2	2	24
79	4	5	5	4	5	5	28
80	5	4	5	4	4	5	27
81	5	5	4	5	5	5	29
82	5	5	4	4	5	5	28
83	5	1	1	5	5	5	22
84	4	5	5	4	4	5	27
85	5	4	5	5	5	4	28
86	5	5	5	2	2	5	24
87	5	5	1	5	5	5	26
88	4	4	1	1	4	4	18
89	4	4	5	5	5	5	28
90	5	4	4	5	5	5	28
91	5	5	5	5	4	5	29
92	4	5	5	5	5	5	29
93	4	5	5	4	5	4	27
94	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	5	5	4	4	28
96	5	4	5	5	5	4	28
97	5	5	5	2	2	5	24
98	5	5	1	5	5	5	26
99	4	4	1	1	4	4	18
100	4	4	5	5	5	5	28

No. Responden	PENGALAMAN PENGGUNA (Z)								TOTAL Z
	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	
1	5	4	4	5	5	5	4	4	36
2	5	5	4	4	5	5	4	5	37
3	5	5	2	2	5	5	2	2	28
4	4	4	4	5	5	5	5	4	36
5	4	5	5	5	4	4	5	5	37
6	5	5	4	4	4	5	5	5	37
7	5	5	4	4	5	5	5	4	37
8	5	4	5	5	4	4	4	5	36
9	5	3	3	5	5	5	3	3	32
10	5	4	1	4	5	1	1	1	22
11	5	4	4	4	4	4	3	2	30

12	4	4	4	4	5	4	5	4	34
13	5	5	4	4	3	2	3	2	28
14	4	5	5	5	4	5	5	5	38
15	5	5	5	4	5	4	4	5	37
16	3	4	4	5	5	4	5	4	34
17	4	4	4	4	4	5	4	2	31
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	3	5	3	3	3	3	28
21	1	1	3	5	3	3	3	3	22
22	4	4	4	5	4	4	4	4	33
23	3	3	4	3	4	4	4	4	29
24	4	4	4	5	4	4	4	4	33
25	1	1	2	3	2	1	1	1	12
26	3	4	4	5	4	4	4	4	32
27	3	3	4	5	4	4	3	3	29
28	4	4	3	4	5	4	5	3	32
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	4	4	4	5	4	4	4	4	33
31	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	3	4	3	3	4	4	4	4	29
33	3	3	4	5	3	3	4	3	28
34	4	4	4	5	4	4	4	4	33
35	3	4	4	5	4	4	4	4	32
36	3	3	4	4	3	4	4	3	28
37	3	5	5	5	5	5	5	5	38
38	3	3	3	4	3	3	4	4	27
39	2	3	2	1	3	2	2	1	16
40	4	4	4	5	4	4	4	4	33
41	5	5	5	5	4	5	5	5	39
42	4	4	3	4	4	3	4	4	30
43	4	5	5	5	5	5	5	5	39
44	4	4	4	5	4	4	4	4	33
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	4	4	4	4	5	4	5	4	34
47	3	2	1	3	4	2	3	5	23
48	5	5	5	4	5	5	5	5	39
49	2	3	3	4	3	3	2	3	23
50	4	4	4	5	3	4	4	4	32

51	4	4	4	4	4	5	4	4	33
52	3	4	4	4	4	4	4	4	31
53	3	3	3	4	4	3	3	3	26
54	4	4	4	5	3	4	4	4	32
55	3	3	3	4	2	3	3	3	24
56	4	4	5	5	4	4	4	4	34
57	3	3	4	4	4	4	4	4	30
58	2	2	2	4	2	2	2	2	18
59	4	2	4	4	4	3	3	3	27
60	4	3	3	5	3	3	3	2	26
61	2	2	2	5	2	2	2	2	19
62	3	4	5	3	4	4	5	4	32
63	3	3	5	5	3	4	4	5	32
64	4	4	4	5	4	4	4	4	33
65	2	3	2	3	2	3	3	2	20
66	4	4	4	5	4	4	4	4	33
67	4	4	4	5	5	4	4	4	34
68	4	4	2	5	4	4	3	3	29
69	3	3	3	4	3	3	3	3	25
70	1	2	2	4	4	3	4	4	24
71	5	4	4	5	4	4	4	4	34
72	4	2	4	4	3	4	4	4	29
73	4	4	3	5	4	3	4	4	31
74	4	3	5	5	3	4	4	5	33
75	4	4	4	4	5	4	4	4	33
76	4	3	5	3	4	4	4	4	31
77	4	4	5	5	4	5	5	5	37
78	4	4	5	5	5	4	4	4	35
79	4	4	5	5	5	5	5	5	38
80	4	4	4	5	5	4	4	4	34
81	4	4	5	4	5	5	5	5	37
82	5	4	4	5	5	4	4	5	36
83	5	5	2	2	5	5	2	2	28
84	5	5	5	4	4	5	5	4	37
85	5	4	4	5	5	4	4	5	36
86	2	2	5	5	5	5	2	2	28
87	5	4	4	5	5	5	5	5	38
88	1	1	4	4	4	1	1	4	20
89	4	4	4	5	5	5	4	4	35

90	5	4	4	5	5	5	5	5	38
91	4	4	3	4	4	3	4	4	30
92	4	5	5	5	5	5	5	5	39
93	4	4	4	5	4	4	4	4	33
94	5	5	5	5	5	5	5	5	40
95	4	4	4	4	5	4	5	4	34
96	5	4	4	5	5	4	4	5	36
97	2	2	5	5	5	5	2	2	28
98	5	4	4	5	5	5	5	5	38
99	1	1	4	4	4	1	1	4	20
100	4	4	4	5	5	5	4	4	35

LAMPIRAN III HASIL UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

Uji Validitas Variabel X1 (*Privacy*)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X1 (<i>Privacy</i>)	1	0,486	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,561		
	3	0,577		
	4	0,544		
	5	0,665		
	6	0,442		
	7	0,731		
	8	0,571		

Uji Validitas Variabel X2 (*Policy*)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X2 (<i>Policy</i>)	1	0,606	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,670		
	3	0,710		
	4	0,750		
	5	0,846		
	6	0,782		
	7	0,814		
	8	0,761		
	9	0,819		
	10	0,776		

Uji Validitas Variabel X3 (*E-Trust*)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
X3 (<i>E-Trust</i>)	1	0,736	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,869		
	3	0,855		
	4	0,692		
	5	0,836		
	6	0,863		
	7	0,828		
	8	0,796		
	9	0,680		
	10	0,768		

Uji Validitas Variabel Z (Pengalaman Pengguna)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Z (Pengalaman Pengguna)	1	0,747	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,788		
	3	0,742		
	4	0,511		
	5	0,682		
	6	0,835		
	7	0,855		
	8	0,777		

Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Menggunakan M-Banking)

Validitas	Item Pernyataan	Person Correlation	R Kritis	Keterangan
Y (Keputusan Menggunakan M-Banking)	1	0,642	$\geq 0,19$	Valid
	2	0,733		
	3	0,665		
	4	0,703		
	5	0,686		
	6	0,616		

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

<i>Reliability Statistics</i>		
Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Privacy (X1)	0,701	8
Policy (X2)	0,915	10
E-Trust (X3)	0,934	10
Pengalaman Pengguna (Z)	0,756	8
Keputusan Menggunakan M-Banking (Y)	0,887	6

LAMPIRAN IV UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

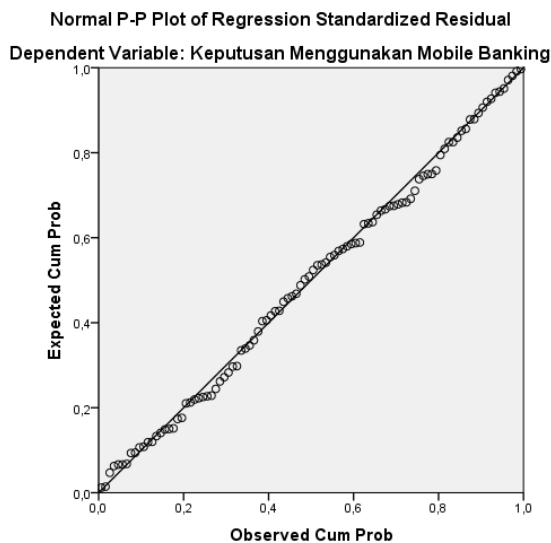
Uji Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,09936781
Most Extreme Differences	Absolute	,046
	Positive	,046
	Negative	-,030
Test Statistic		,046
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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

Hasil Uji Normalitas P-P Plot



Uji Multikolonearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631		
Privacy	,155	,053	,172	2,922	,004	,984	1,016
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000	,995	1,005
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371	,987	1,014

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

Uji Heteroskedastisitas

**Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,020	1,132		1,785	,077
Privacy	,056	,031	,183	1,841	,069
Policy	-,052	,018	-,277	-1,761	,074
E-Trust	-,016	,017	-,092	-,927	,356
Pengalaman Pengguna	,015	,023	,064	,637	,525

a. Dependent Variable: Abs_Ress

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

LAMPIRAN V ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631
Privacy	,156	,053	,172	2,922	,004
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

LAMPIRAN VI UJI HIPOTESIS

Hipotesis T

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	,912	1,894		,482	,631
Privacy	,156	,053	,172	2,922	,004
Policy	,429	,032	,790	13,507	,000
E-Trust	,027	,030	,053	,899	,371

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

Hipotesis F

Hasil Uji Hipotesis F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	897,569	3	299,190	65,827	,000 ^b
Residual	436,327	96	4,545		
Total	1333,896	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

b. Predictors: (Constant), E-Trust, Policy, Privacy

Sumber : Data Output SPSS versi 23, 2025

LAMPIRAN VII UJI VARIABEL MODERATING

Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *Privacy* Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	21,290	2,221		9,586	,000
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	-,250	,109	-,225	-2,286	,024

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *Policy* Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	3,530	2,270		1,555	,123
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	-1,471	,112	-,799	-13,159	,000

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Hasil Uji Variabel Moderating Bahwa Pengalaman Pengguna Memoderasi Pengaruh *E-Trust* Terhadap Keputusan Menggunakan M-Banking Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	30,384	4,054		7,496	,000
Keputusan Menggunakan Mobile Banking	,099	,200	,050	,498	,619

a. Dependent Variable: Abs_Res3

LAMPIRAN VIII UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,820 ^a	,673	,663	2,13192	1,949

a. Predictors: (Constant), E-Trust, Policy, Privacy

b. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Mobile Banking

LAMPIRAN IX DOKUMENTASI





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama Lengkap	: Iftita
Tempat, Tanggal Lahir	: Palu, 21 Mei 2000
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Tombolotutu
No. Telepon/HP	: 085757168208
Email	: hamkahiftita@gmail.com



B. Riwayat Pendidikan

SD N INP Bumi Sagu
SMP N 4 Palu
MAN 2 Palu
Universitas Islam Negeri Datokarama Palu

C. Pengalaman Organisasi

Bendahara OSIS
Bendahara teater nol 2

D. Pengalaman Kerja/Magang (jika ada)

Magang di Baznas kota palu
Marketing BCA
Admin Cv Mitra Gas

E. Keahlian dan Keterampilan

Menyanyi
English Languange sSeech